

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN



**EL USO DE TWITTER EN LOS ARCHIVOS
NACIONALES DE AMÉRICA LATINA: EL CASO
DEL ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN DE
COLOMBIA**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Trabajo presentado por D. Michelle Teodoro Serrat para la obtención del título de Información y Documentación, bajo la dirección del profesor D. José Luís Bonal Zazo.

BADAJOZ

2022

**“El uso de Twitter en los Archivos Nacionales de América Latina: el caso del
Archivo General de la Nación de Colombia”**

Trabajo presentado por D. Michelle Teodoro Serrat para la superación de la asignatura *Trabajo Fin de Grado* (Código (Código 502297), del título del Grado de Información y Documentación (curso 2018-2022), bajo la dirección de D. José Luís Bonal Zazo, profesor del Departamento de Información y Comunicación, del área de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Extremadura.

La alumna

Vº Bº del Director

Fdo. Michelle Teodoro Serrat.

Fdo. José Luís Bonal Zazo.

“El uso de Twitter en los Archivos Nacionales de América Latina: el caso del Archivo General de la Nación de Colombia”.

Resumen

Análisis descriptivo del uso de la red social Twitter por el Archivo General de la Nación (AGN) de Colombia. Con el objetivo general de averiguar la finalidad con la que los Archivos Nacionales de América Latina utilizan las redes sociales, se ha utilizado una metodología de análisis de contenido para analizar el uso de Twitter por parte del Archivo General de la Nación (AGN) de Colombia. La metodología empleada se divide en cinco fases: 1) localización de archivos nacionales de América Latina con redes sociales; 2) selección del archivo para el análisis de datos; 3) elaboración de una tabla de análisis de contenido; 4) recogida de datos y 5) análisis de datos. Esta metodología ha permitido diseñar una tabla de análisis de contenido para facilitar el posterior trabajo de recogida de datos. El análisis de los datos recopilados ha permitido concluir que el AGN de Colombia utiliza Twitter principalmente para la difusión de información específica sobre eventos, actividades organizadas en el archivo y actividades de divulgación cultural.

Palabras clave: Redes sociales, archivos, difusión de información, Twitter.

“Use of Twitter in the National Archives of Latin America: the case of the General Archive of the Nation of Colombia”.

Abstract

Descriptive analysis of the use of the social network Twitter by the General Archive of the Nation (AGN) of Colombia. With the general objective of finding out the purpose for which the National Archives of Latin America use social networks, a content analysis methodology has been used to analyze the use of Twitter by the General Archive of the Nation (AGN) of Colombia. The methodology used is divided into five phases: 1) localization of Latin American national archives with social networks; 2) selection of the file for data analysis; 3) preparation of a content analysis table; 4) data collection and 5) data analysis. This methodology has made it possible to design a content analysis table to facilitate subsequent data collection work. The analysis of the data collected has led to the conclusion that the AGN of Colombia uses Twitter mainly for the dissemination of specific information about events, activities organized in the archive and cultural dissemination activities.

Keywords: Social media, archives, dissemination of information, twitter.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| Índice de figuras..... | v |
| Índice de gráficos | vi |
| Índice de tablas | vii |
| Siglas y acrónimos..... | viii |
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN..... | 3 |
| 3. METODOLOGÍA | 8 |
| 4. RESULTADOS | 12 |
| 4.1. Redes sociales usadas en los Archivos Nacionales de América Latina | 12 |
| 4.2. La presencia de Twitter en los Archivos Nacionales de América Latina | 14 |
| 4.3. El uso de Twitter en los archivos: el caso del Archivo General de la Nación de Colombia | 17 |
| 4.3.1. Contexto institucional | 17 |
| 4.3.2. Datos recogidos | 19 |
| 4.3.2.1. Tweets por mes | 19 |
| 4.3.2.2. Materias de los mensajes..... | 21 |
| 4.3.2.3. Tipos de documentos utilizados | 24 |
| 4.3.2.4. Número de retweets y “me gustas” | 25 |
| 5. CONCLUSIONES | 27 |
| Bibliografía..... | 30 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Página de Twitter del AGN de Colombia | 9 |
| Figura 2. Hoja de recogida de datos | 11 |
| Figura 3. Ejemplo de tweet sobre los servicios del AGN..... | 23 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Uso de RRSS. (Fuente: Elaboración propia)..... | 14 |
| Gráfico 2. Número de seguidores de Twitter por archivo. (Fuente: Elaboración propia)..... | 16 |
| Gráfico 3. Tweets por mes. (Fuente: Elaboración propia)..... | 20 |
| Gráfico 4. Número de tweets por materia. (Fuente: Elaboración propia)..... | 22 |
| Gráfico 5. Número de mg y rt por materia. (Fuente: Elaboración propia) | 27 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 2. Redes sociales que posee cada archivo. (Fuente: Elaboración propia) | 13 |
| Tabla 3. Tweets por mes publicados por el AGN de Colombia. (Fuente: Elaboración propia)..... | 19 |
| Tabla 4. Tweets por materias. (Fuente: Elaboración propia)..... | 21 |
| Tabla 5. Número de tweets según la materia y el tipo de documento. (Fuente: Elaboración propia)..... | 25 |
| Tabla 6. Número de mg y rt por materia. (Fuente: Elaboración propia) | 26 |

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

| | |
|------|---|
| AGN | Archivo General de la Nación |
| AN | Archivo Nacional |
| Mg | “Me gusta” |
| Nº | Número |
| RRSS | Redes sociales |
| Rt | Retweet |
| TIC | Tecnologías de la Información y la Comunicación |

1. INTRODUCCIÓN

En la sociedad actual cada vez sea hace más necesario el uso de las TIC y la Web 2.0 y 3.0 para el desarrollo diario de las acciones que se realizan tanto en las rutinas laborales como personales. Por tanto, el menester en los procedimientos internos de una institución pública o privada no iba a ser menos. Y en este caso, su uso es crucial, aportando rapidez y sencillez a la tarea de los archiveros, así como una mayor visibilidad y beneficios a los archivos. Además, las redes sociales proporcionan distintas posibilidades para una mayor difusión de la información, particularmente una red social en concreto, como es Twitter. Por ese motivo, resulta relevante intentar dar respuesta a una cuestión concreta: ¿con qué fin se utilizan las redes sociales en los archivos? Temas que se tratarán con detalle en este trabajo dentro del apartado dedicado al estado de la cuestión, donde se reúne bibliografía que aborda los conceptos requeridos para la elaboración y entendimiento del trabajo, tal es así como un recorrido de la historia de los archivos y la archivística hasta el contexto actual.

El proyecto descriptivo presentado se ha elaborado siguiendo una metodología de análisis de contenido con el fin de conocer el motivo por el que los Archivos Nacionales de América Latina, y concretamente el Archivo General de la Nación (AGN) de Colombia, utilizan la red social Twitter.

Su contenido se ha estructurado en 4 grandes apartados, omitiendo este primero de introducción. Primeramente, se lleva a cabo un proceso de investigación y recopilación de bibliografía, recogida como se ha mencionado con anterioridad, en el estado de la cuestión. Seguida de una sección donde se expone la metodología llevada a cabo para la realización de este trabajo, centrada en cinco fases; un apartado de resultados dividido, a su vez, en varios subapartados, en el que se desarrolla con detalle cada resultado obtenido del proceso de investigación y recopilación del presente estudio, centrándose también en el archivo elegido como caso particular y representativo, es decir, en el AGN de Colombia. Por último, un

epígrafe para presentar las conclusiones alcanzadas en virtud de los resultados obtenidos. Además del cumplimiento de los objetivos planteados y mencionados a continuación.

El objetivo general es saber y entender con qué finalidad utilizan los Archivos Nacionales de América Latina sus cuentas en Twitter a lo largo del año 2022, tomando como fuente, a modo exploratorio, la cuenta de Twitter del AGN de Colombia. Acto seguido, se enumeran los objetivos concretos que pretenden abordarse con este trabajo:

- Objetivo 1: Averiguar qué archivos tienen presencia en Internet y cuáles son las redes sociales que utilizan, así como cuando empezaron a darle uso.
- Objetivo 2: Conocer con qué fin el AGN de Colombia hace uso de su perfil activo en Twitter.
- Objetivo 3: Conocer en profundidad qué tipo de contenido publica el AGN de Colombia, además de su cantidad de mensajes.
- Objetivo 4: Valorar qué tipo de información publicada presenta un mayor nivel de interacción con los usuarios, para ello también es necesario recopilar el número de seguidores que poseen estos archivos.

En definitiva, una visión general de la situación en la que se encuentran los archivos nacionales del continente americano de habla hispana en las redes sociales.

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

La archivística nace realmente en 1841, gracias al Principio de Procedencia que marca un antes y un después, enunciado ese mismo año, y aunque no esté claro su definición desde su inicio, tal como considera María del Carmen Rodríguez López, ha pasado por tres etapas:

1. Consideración de la archivística como una ciencia auxiliar de la Historia.
2. Consideración de la archivística como ciencia auxiliar de la administración.
3. Consideración de la archivística como parte de las Ciencias de la Información.

Existen ciertos autores que argumentan diferentes opiniones respecto a su definición:

G. Batelli define la archivística como disciplina de carácter práctico que trata de solucionar problemas prácticos en base a la experiencia adquirida por los archiveros en su trabajo. Y engloba tres acciones primordiales: ordenar, conservar y administrar.

Sin embargo, T. R. Schellemborg sí la considera una ciencia, que se encarga de la conservación, administración, conservación, ordenación, interpretación, etc. de los documentos en los archivos.

También A. Heredia Herrera delimita que la archivística es la ciencia de los archivos, pero no de los documentos, aunque estos formen la parte integrante y esencial de los mismos. Y que se ocupa tanto de su creación, organización e historia como de los servicios que ofrece a la sociedad.

Así, teniendo en cuenta también las distintas argumentaciones, nos centraremos en la definición que proporciona el Diccionario de archivística elaborado por el Consejo Internacional de Archivos (CIA), considerándola como “*el estudio teórico y práctico de los principios, procedimientos y problemas concernientes a las funciones de los archivos*” (Rodríguez López, 2006). Y que

concluye con que la archivística presenta dos campos claros de actuación: la teoría y la práctica.

Por un lado, la teoría archivística, que engloba la historia, objeto y metodología para lograr los objetivos propuestos.

Y por otro, la práctica archivística, formada por todas las técnicas y procedimientos que se utilizan para la conservación y difusión de los documentos.

La aparición de la escritura (3.000 a.C.) y su posterior difusión entre pueblos, así como la aparición de sociedades organizadas, trae consigo la necesidad de conservar esos documentos que se van creando de manera natural, en principio con un fin práctico, como la gestión de la agricultura, la ganadería, etc. Y por ello, se habilitan espacios para la custodia y conservación de estos documentos, creándose así, los primeros archivos en templos y edificios públicos. Por este motivo, se considera que la historia de los archivos coincide con la historia de los hombres, ya que ha ido cambiando y creciendo a medida que los conocimientos y pensamientos de estos también lo han hecho, intentando adaptarse en todo momento a la sociedad en la que vivían.

Según María del Rosario Díaz Rodríguez, basándose en las investigaciones de Agustín Vivas Moreno y Concepción Mendo Carmona, *“el saber archivístico se configura como ciencia que tiene por objeto de estudio todo tipo de archivos, sea cual sea la edad de los documentos que contenga”* (Díaz Rodríguez, 2009). Así, como se ha mencionado anteriormente, la modernización e impacto tecnológico, creó la necesidad de realizar cambios y adaptaciones para también, poder reunir y tratar documentos electrónicos a través de metadatos y distintas aplicaciones, haciendo innegable el menester del uso de las TIC y en general, de la web 2.0, término que se asocia a las redes sociales y otras aplicaciones como blogs, wikis... y que son *“todas las tecnologías y herramientas de la información y la comunicación destinadas a crear, intercambiar y compartir contenido multimedia como texto, imágenes, vídeo y audio en Internet”* (Matei, 2021), incluyendo también el diseño centrado en el usuario y la colaboración e interacción entre usuarios. Por consiguiente, muchos archivos decidieron digitalizar sus recursos y crear herramientas digitales de manera que se pueda mejorar el acceso a sus fondos. Y, como señala Wendy M. Duff, *“estos recursos digitales han aumentado la accesibilidad de las colecciones de los archivos*

y han aumentado las oportunidades de investigación y aprendizaje” (Duff, 2013). Por lo que Terry Cook acierta cuando asegura que en el período que vivimos, los archiveros “tienen la gran oportunidad de poder documentar la experiencia humana con una riqueza y relevancia nunca antes disponible” (Cook, 2013).

Tal como afirma Mónica Gabriela Pené, *“el intercambio y la transferencia de archivos y documentos a una velocidad pasmosa y en un tiempo real, el acceso a monografías y publicaciones en formato electrónico que brindan información no solo de calidad sino de actualidad, son algunos de los aportes de la red de redes al mundo de la información” (Pené, 2013).* Por tanto, el archivo deja de ser una habitación llena de documentación para convertirse en un espacio accesible para cualquiera desde cualquier sitio y en cualquier momento, añadiéndose así también más visibilidad a los fondos pertenecientes a las distintas instituciones.

Francis Garaba, en un ensayo que elaboró en 2012 siendo bibliotecario de manuscritos en la Biblioteca del Instituto Teólogo luterano de Scottsville en Sudáfrica, señaló la importancia y beneficios que la aplicación de la web 2.0 aportaba a los archivos del sudeste de África, siendo papel fundamental para los archiveros en la adquisición, procesamiento y conservación de fondos, así como en la difusión al público, dónde redes sociales como Twitter, una aplicación de microblogging que surgió en 2006, pueden ser de gran ayuda para darse a conocer. Julián Marquina nombra una serie de plataformas y medios sociales para ello, donde menciona también a Twitter, señalando que permite una serie de posibilidades que ayudarán a una difusión de información sencilla, rápida y precisa:

- *“Compartir vídeos, enlaces y fotografías.”*
- *“Estar conectado con los usuarios 2.0 (interactuar, participar...)”*
- *“Dinamización y anuncio de actividades, fondos...”*
- *“Recibir sugerencias.”*

A las que se podría añadir, como se ha mencionado con anterioridad, facilitar el acceso a la información en tiempo real, ganar visibilidad y llegar a un mayor número de usuarios y realizar *networking* con otros profesionales e instituciones para compartir conocimientos y experiencias.

La idea de Twitter es sencilla, se trata de una caja de texto en la que puedes escribir inicialmente con un máximo de 140 caracteres por tweet y que a medida que ha ido creciendo y pasando el tiempo, ha evolucionado a 280 caracteres. Su algoritmo principalmente se basa en la relevancia y la actualidad. Esta primera puede obtenerse también según la aplicación, añadiendo contenido multimedia, así, los *tweets* que ofrecen este tipo de contenido, son considerados más relevantes y, por tanto, tendrán una mayor visibilidad. Aportando junto al texto *hashtags* (etiquetas) se puede lograr, asimismo, este fin. Según Zappavigna, los *hashtags* son “una convención emergente para etiquetar el tema de un micropost y una forma de metadatos incorporados en las publicaciones” (Zappavigna, 2012). Por ende, los *hashtags* tienen como función principal indicar el tema y/o las palabras clave de un tweet y se utilizan para crear tendencias en la aplicación y para conectar tweets temáticamente relacionados.

Ahora bien, ¿para qué se utilizan las redes sociales de archivos exactamente? El historiador Ian Milligan, explica que actualmente se genera, publica y comparte por parte de grupos sociales, información sobre eventos e ideas a un ritmo vertiginoso. De hecho, *Documenting the Now*, “reconoce la importancia de las redes sociales como fuentes de documentación de eventos específicos”.

Estudios como el que Mary E. Samoueling realizó analizando el contenido de 213 sitios web de archivos de Estados Unidos y 8 entrevistas con personas que trabajaban en los archivos llevando las redes sociales, descubrieron que de los 85 que sí poseían sitio web y colecciones digitales, solo 38 usaban redes sociales. Las entrevistas revelaron que la motivación principal para usarlas era promover las colecciones de los archivos. De la misma manera, un estudio sobre el uso de Facebook y Twitter enfocado a archiveros y a 168 instituciones archivísticas, manifestó que las cuentas institucionales se utilizaban para promover el contenido de sus archivos.

Cowdrey también aporta su opinión sobre el uso que los archivos nacionales dan a las redes sociales, coincidiendo en que te permiten compartir conocimientos especializados, ya no solo con usuarios comunes de la sociedad sino en colaboración con otras instituciones, promocionar eventos y servicios y aumentar la accesibilidad

a su colección, además de proporcionar un servicio al cliente e investigación y orientación.

Asimismo, esto permite como hemos mencionado, esa colaboración entre profesionales, generando a la vez nuevo contenido relevante y nuevos recursos.

Por otra parte, desde el Centro de Información Documental de Archivos (CIDA), perteneciente al Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España, se expone con qué motivo difunden cualquier contenido en redes sociales. Estos son:

- “*Aniversarios de personajes históricos y eventos relevantes del ámbito político, social, científico y cultural*”.
- “*Días de reconocimiento y celebración mundial*”.
- “*Participación en las campañas institucionales del Ministerio de Cultura y Deporte*”
- “*Novedades bibliográficas y celebración de congresos, cursos y jornadas relacionados con los archivos y la archivística*”.
- “*Noticias relacionadas con la publicación de las convocatorias de Oposiciones de Archivo*”.
- “*Actualización de los contenidos de las bases de datos y recursos informativos de los Archivos Estatales*”.

Sin embargo, es importante destacar que primero se han de marcar unos objetivos, de los que dependerá el uso que se dará a las RRSS.

Para terminar, se ha barajado la idea de si realmente los contenidos publicados en las redes sociales tienen o no un potencial valor histórico. Cuestión que queda posiblemente zanjada con el hecho de que incluso la Casa Blanca, en octubre de 2016, anunciara un plan para preservar los contenidos publicados en las cuentas oficiales de redes sociales durante la presidencia de Barack Obama (2009-2017), otorgándoles tal importancia que decide transferirlos al Archivo Nacional de Estados Unidos (NARA). Así pues, *Documenting the Now*, anteriormente referido, es una iniciativa que desarrolla herramientas de código abierto y apoya la recopilación, uso y preservación del contenido públicamente disponible en la web y en las redes sociales.

Trabajos como el de “Los Archivos Nacionales de la América Hispana y su inmersión en Internet” de Amahia Más Bleda, Juan José Sánchez Baena y Celia

Chaín Navarro, nos permiten entender la situación actual de los archivos nacionales según sus sitios webs de acuerdo a unos ítems preestablecidos. Gran semejanza con este trabajo, donde se pretende hallar exactamente para qué los archivos utilizan la red social Twitter en su día a día, centrándose particularmente en el caso del Archivo General de la Nación de Colombia.

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración de este trabajo se ha seguido una metodología de análisis de contenido basada en las directrices de autores como Wimmer y Dominick (1996) y Bardín (2002). El análisis de contenido resulta una técnica adecuada para estudios de carácter descriptivo como el que se pretende elaborar, porque permite sistematizar la información y obtener resultados precisos a partir de datos homogéneos como son, en este caso, los tweets publicados.

La metodología seguida para la elaboración de este trabajo se ha desarrollado en las siguientes fases:

1. Localización de archivos nacionales de América Latina con redes sociales (RRSS).
2. Selección del archivo para el análisis de datos.
3. Elaboración de una tabla de análisis de contenido.
4. Recogida de datos.
5. Análisis de datos.

El modo en que se ha llevado a cabo cada una de estas fases se explica en los siguientes párrafos.

1. Fase 1. Localización de archivos nacionales de América Latina con redes sociales (RRSS).

El primer paso consistió en la realización una búsqueda, utilizando Google como navegador, de todas las páginas web de los archivos nacionales de los países latinoamericanos para comprobar cuales de ellos tenían presencia en internet y qué redes sociales presentaban. Siendo estos países: Argentina, Bolivia, Chile,

Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Brasil, República Dominicana, Uruguay, Haití y Venezuela.

Una vez hallada la información, se ha elaborado una tabla con todas las RRSS encontradas para comprobar qué archivos tenían los ítems seleccionados. Al analizarla, observamos que una de las RRSS más utilizadas es *Twitter* y, por ese motivo, optamos por centrar nuestro trabajo en ella.

El periodo de búsqueda y localización se extendió a lo largo del mes de noviembre de 2022, siendo revisado también en diciembre. Así, los países que no aparecen en el trabajo, es únicamente porque no poseen ninguna de estas redes, aunque algunos de ellos, sí sitio web.

2. Fase 2. Selección del archivo para el análisis de datos.

A partir de la información recopilada en la fase anterior, se hizo un análisis exploratorio de carácter general del uso que los archivos hacían de la red social *Twitter*. Tras una preselección general, se optó, finalmente, por elegir el Archivo General de la Nación (AGN) de Colombia como caso particular.



Figura 1. Página de Twitter del AGN de Colombia

La elección del AGN de Colombia se debió, fundamentalmente, a la regularidad en el uso de Twitter y al elevado número de tweets publicados. Ambos factores

resultaban decisivos para obtener datos representativos sobre el uso de la red social.

3. Fase 3. Elaboración de una tabla de análisis de contenido.

Para facilitar el posterior trabajo de recogida de datos se diseñó una tabla de análisis de contenido en una hoja Excel con las siguientes columnas:

- Mes de publicación del tweet.
- Fecha concreta de publicación del tweet.
- Materia del tweet. Para la unificación de las materias se optó por elaborar una lista preestablecida que describiremos posteriormente.
- Carácter del documento publicado en cada tweet (texto, imagen o vídeo).
- Retweet realizados.
- “Me gusta” conseguidos por cada tweet.

El campo esencial para el desarrollo de este trabajo es el relativo a las materias de los tweets. Para sistematizar la información sobre las materias de los mensajes publicados, analizamos los mensajes del mes de diciembre de 2022, a partir de los cuales definimos una relación inicial de materia, que posteriormente fue revisada y finalmente ha estado integrada por nueve grandes materias:

1. *Felicitaciones y agradecimientos.* Felicitaciones y/o agradecimientos a personas, felicitaciones navideñas, felicitaciones institucionales, etc.
2. *Actividades del archivo.* Actividades de carácter administrativo: memorias de actividades, reuniones oficiales, información sobre actividades que se organizarán en el AGN y actividades similares.
3. *Encuestas.* Recogida de información para la realización de encuestas relacionadas con temas de carácter archivístico.
4. *Efemérides.* Hechos relacionados con la historia del archivo y otros acontecimientos históricos.
5. *Eventos específicos.* Congresos, conferencias, reuniones, encuentros, cursos... organizados por el archivo o no

6. *Servicios*. Información sobre servicios del archivo e incidencias en los mismos.
7. Actividades de divulgación cultural. Exposición de documentos, celebración del día de..., podcast y actividades similares.
8. *Noticias sobre Colombia*. Información del Gobierno, información sobre cultura e incluso información sobre otros países de Iberoamérica.
9. *Información archivística*. Información de carácter general sobre archivos y archivística.

| | A | B | C | D | E | F | G |
|----|--------------|-----------|------------|-------------------------------------|------------|---------|----------|
| 1 | ARCHIVO | MES | DÍA | MATERIA | DOCUMENTO | RETWEET | ME GUSTA |
| 2 | AGN-Colombia | Diciembre | 31/12/2022 | 1. Felicitaciones y agradecimientos | Imagen | 8 | 42 |
| 3 | AGN-Colombia | Diciembre | 31/12/2022 | 2. Actividades del archivo | Vídeo | 5 | 16 |
| 4 | AGN-Colombia | Diciembre | 27/12/2022 | 3. Encuestas | Imagen | 1 | 4 |
| 5 | AGN-Colombia | Diciembre | 26/12/2022 | 3. Encuestas | Imagen | 0 | 1 |
| 6 | AGN-Colombia | Diciembre | 24/12/2022 | 1. Felicitaciones y agradecimientos | Imagen | 2 | 17 |
| 7 | AGN-Colombia | Diciembre | 22/12/2022 | 4. Efemérides | Imagen | 3 | 8 |
| 8 | AGN-Colombia | Diciembre | 22/12/2022 | 4. Efemérides | Imagen | 6 | 18 |
| 9 | AGN-Colombia | Diciembre | 22/12/2022 | 4. Efemérides | Imagen | 6 | 27 |
| 10 | AGN-Colombia | Diciembre | 19/12/2022 | 2. Actividades del archivo | Imagen | 2 | 5 |
| 11 | AGN-Colombia | Diciembre | 19/12/2022 | 2. Actividades del archivo | Sólo texto | 1 | 2 |
| 12 | AGN-Colombia | Diciembre | 16/12/2022 | 2. Actividades del archivo | Imagen | 2 | 11 |
| 13 | AGN-Colombia | Diciembre | 16/12/2022 | 2. Actividades del archivo | Sólo texto | 1 | 3 |
| 14 | AGN-Colombia | Diciembre | 15/12/2022 | 5. Eventos específicos | Vídeo | 1 | 3 |

Figura 2. Hoja de recogida de datos

4. Fase 4. Recogida de datos.

Utilizando tabla descrita en el apartado anterior se recopiló la información de todos los tweets publicados en su perfil en el año 2022. El número total de mensajes de este año ascendió a 498, los cuales fueron analizados de forma individualizada. El trabajo de recogida de datos se llevó a cabo en el mes de enero de 2023.

5. Fase 5. Análisis de datos.

El análisis de datos se realizó a partir de la información recopilada en el fichero Excel y los principales resultados obtenidos se presentan en el siguiente apartado.

4. RESULTADOS

De acuerdo a la metodología descrita anteriormente, se presentan los resultados obtenidos tras el análisis de los sitios web de los Archivos Nacionales de América Latina, así como de sus cuentas en la red social *Twitter*. Posteriormente, nos ocuparemos, específicamente, de los resultados relacionados con el análisis de la cuenta de *Twitter* del Archivo General de la Nación de Colombia. El conjunto de resultados se describirá con mayor detalle en los siguientes tres apartados.

4.1. Redes sociales usadas en los Archivos Nacionales de América Latina

A partir del análisis de los sitios web de los archivos, se ha podido comprobar cuáles de ellos poseen redes sociales y cuáles son las escogidas para la difusión de su contenido en archivos. Se puede observar que, de 20 países, tan solo 5 no gozan de ningún tipo de presencia en internet. Estos países son Guatemala, Nicaragua, Honduras, Panamá y Haití. Pudiera ser porque son lugares con un nivel de recursos inferior al resto, y, por consiguiente, con un Índice de Desarrollo Humano más bajo. A continuación, se señalan los medios sociales de los que disponen los archivos de los 15 países restantes:

- AGN de Argentina: cuenta con un perfil en Instagram, Twitter, Facebook y Youtube.
- AGN de Colombia: tiene perfil en Instagram, Twitter, Facebook y Youtube.
- AGN de El Salvador: solo cuenta con Twitter y Facebook.
- AGN de México: está en Instagram, Twitter y Youtube.
- AGN de Paraguay: cuenta con perfil en Twitter y Facebook.
- AGN de Perú: se encuentra en Twitter, Facebook, LinkedIn, Youtube y Spotify.
- AGN de República Dominicana: con perfil en Twitter, Instagram, Facebook y Youtube.
- AGN de Uruguay: cuenta con perfil en Instagram, Twitter, Facebook, Youtube y Spotify.

- AGN de Venezuela: en Twitter, Instagram y Facebook.
- AN de Brasil: tiene Instagram, Twitter, Facebook y Youtube.
- AN de Chile: cuenta también con Instagram, Twitter, Facebook y Youtube.
- AN de Costa Rica: con cuenta en Instagram, Twitter, Facebook y Youtube.
- AN de la República de Cuba: se encuentra en Instagram, Twitter, Facebook, Youtube y Telegram.
- AN de Ecuador: poseedor de un perfil en Instagram, Twitter y Facebook.
- AN de Bolivia: únicamente en Instagram y Facebook.

Se ha de destacar que los archivos de Perú y Uruguay son los que cuentan con un perfil activo en más medios sociales, siendo un total de 5 plataformas.

| Archivo | INSTAGRAM | TWITTER | FACEBOOK | LINKEDIN | YOUTUBE | TELEGRAM | SPOTIFY |
|--|-----------|---------|----------|----------|---------|----------|---------|
| AGN de Argentina | X | X | X | | X | | |
| AGN de Colombia | X | X | X | | X | | |
| AGN de El Salvador | | X | X | | | | |
| AGN de México | X | X | | | X | | |
| AGN de Paraguay | | X | X | | | | |
| AGN de Perú | | X | X | X | X | | X |
| AGN de República Dominicana | X | X | X | | X | | |
| AGN de Uruguay | X | X | X | X | X | | X |
| AGN de Venezuela | X | X | X | | | | |
| Archivo Nacional de Brasil | X | X | X | | X | | |
| Archivo Nacional de Chile | X | X | X | | X | | |
| Archivo Nacional de Costa Rica | X | X | X | | X | | |
| Archivo Nacional de la República de Cuba | X | X | X | | X | X | |
| Archivo Nacional del Ecuador | X | X | X | | | | |
| Archivo y Biblioteca Nacionales de Bolivia | X | | X | | | | |
| | 12 | 14 | 14 | 2 | 10 | 1 | 2 |

Tabla 1. Redes sociales que posee cada archivo. (Fuente: Elaboración propia)

A partir de este primer análisis, se puede comprobar que una de las RRSS más utilizada es Twitter, 14 archivos cuentan con un perfil en la plataforma (70%), al igual que Facebook; seguidos de Instagram, utilizado por 12 archivos (60%);

Youtube, 10 (50%); LinkedIn y Spotify por 2 de ellos (10%) y, por último, Telegram, que solo cuenta con 1, el Archivo General de la Nación de la República de Cuba (5%).

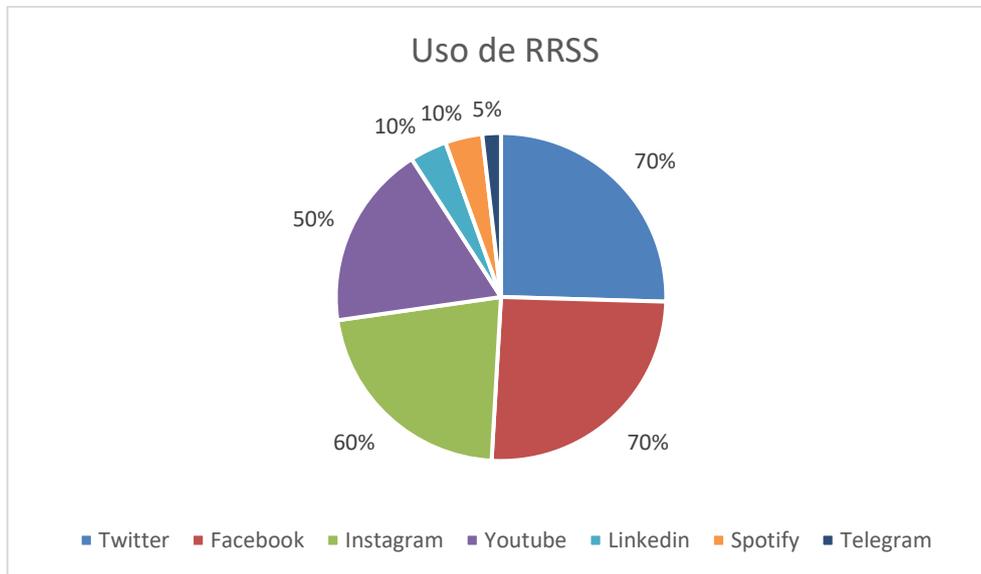


Gráfico 1. Uso de RRSS. (Fuente: Elaboración propia)

Con carácter general, tal como se puede advertir en el gráfico anterior, existen cuatro RRSS que predominan sobre el resto: Twitter, Facebook, Instagram y Youtube. Por el contrario, otras redes como *LinkedIn*, *Spotify* y *Telegram* son usadas apenas por uno o dos archivos.

4.2. La presencia de Twitter en los Archivos Nacionales de América Latina

Como se ha señalado con anterioridad, se ha elegido Twitter como fuente de investigación para este trabajo debido a su porcentaje de utilización (70%) respecto a otras plataformas. Se ha comprobado uno por uno cada perfil abierto en las cuentas de los archivos de cada país, extrayendo como información relevante el año de inicio en *Twitter*, los seguidores con los que cuenta y las cuentas a las que sigue.

Así, los resultados obtenidos son los siguientes:

- Archivo General de la Nación de Colombia: inicia en Twitter en febrero de 2010 y cuenta con 1.059 cuentas seguidas y 32.548 seguidores.
- Archivo General de la Nación de Venezuela: se inicia en febrero de 2010 y actualmente sigue a 1.212 cuentas y tiene 5.183 seguidores.
- Archivo General de la Nación de República Dominicana: inicia posteriormente, en septiembre de 2014 y cuenta únicamente con 99 cuentas a las que sigue y 2.293 seguidores.
- Archivo General de la Nación de Perú: su presencia en la plataforma consta desde septiembre de 2010 y cuenta con 438 cuentas seguidas y 2.129 seguidores.
- Archivo General de la Nación de Argentina: inicia su andadura en la plataforma en marzo de 2011 y presenta tan solo 97 seguidos, pero 139.229 seguidores.
- Archivo General de la Nación de Paraguay: abre su perfil en noviembre de 2014, teniendo actualmente, 205 seguidos y 1.777 seguidores.
- Archivo General de la Nación de Uruguay: su inicio es en marzo de 2016, por lo que cuenta con 122 cuentas seguidas y 925 seguidores.
- Archivo Nacional de Chile: se inicia en octubre de 2013, sigue a 1.715 cuentas y tiene 13.051 seguidores.
- Archivo Nacional de Costa Rica: inicia en julio de 2014 y presenta 117 seguidos y 3.204 seguidores.
- Archivo General de la Nación de El Salvador: inicia en febrero de 2018, sigue tan solo a 78 cuentas y tiene 114 seguidores.
- Archivo Nacional de Ecuador: se inicia en abril de 2021, siendo el archivo más reciente en cuanto a su andadura por Twitter, presenta solo 35 seguidos y 237 seguidores.
- Archivo General de la Nación de México: inicia en Twitter en noviembre de 2012, sigue a 801 cuentas y presenta 40.832 seguidores en su perfil.
- Archivo Nacional de la República de Cuba: su inicio consta desde mayo de 2010 y cuenta con 183 cuentas seguidas y 2.448 seguidores.
- Archivo Nacional de Brasil: se inicia en junio de 2011 y presenta 556 seguidos y 104.526 seguidores.

Como se puede advertir, la fecha en que la mayoría de los archivos inician el uso de Twitter se encuentra entre el año 2010 hasta 2014, menos los inicios de los archivos de El Salvador, el cual comienza en la plataforma en 2018; y de Ecuador, existiendo desde hace solo 2 años, en 2021. Este hecho resulta totalmente normal, debido a esto, que sean dos de los perfiles que presenten menos seguidores, 114 y 237, respectivamente. Por el contrario, los países de los archivos que cuentan con un número notable y más elevado de seguidores son Argentina, con 139.229 seguidores; seguido de Brasil, con 104.522; México, 40.832 seguidores; y Colombia, que cuenta con 32.548. En definitiva, tal como se puede apreciar en el siguiente gráfico, teniendo en cuenta el número de seguidores, es posible diferenciar tres grandes conjuntos: archivos con un número de seguidores elevado (superior a los 100.000); archivos con un número de seguidores intermedio (superior a los 10.000); y archivos con un número de seguidores reducido (inferior a 10.000).

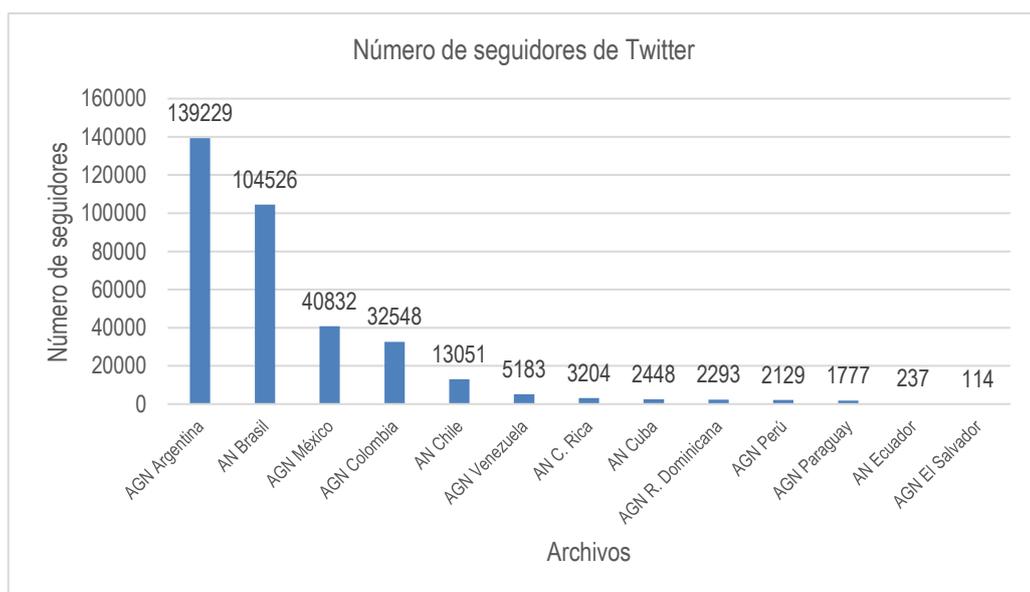


Gráfico 2. Número de seguidores de Twitter por archivo. (Fuente: Elaboración propia)

Como ya hemos apuntado, la parte principal de nuestro trabajo se basará en el AGN de Colombia, por contar con una larga trayectoria en el uso de Twitter y ser suficientemente representativo.

4.3. El uso de Twitter en los archivos: el caso del Archivo General de la Nación de Colombia

Como ya se ha puesto de manifiesto, con la finalidad de realizar un estudio exploratorio sobre el uso de Twitter en los archivos, fueron revisados los mensajes publicados en Twitter por varios archivos de América Latina durante el año 2022. Finalmente se seleccionó el Archivo General de la Nación de Colombia por dos motivos: en primer lugar, porque el número de mensajes publicados durante el año seleccionado era elevado; y, en segundo lugar, porque la publicación de los mensajes era regular a lo largo de los meses del año. Por otra parte, el AGN de Colombia destaca en el conjunto de los archivos de América Latina por la promoción de proyectos de desarrollo tecnológico y administración electrónica y por el uso de la red social investigada durante un periodo extenso de años. Por todos los motivos señalados se estimó que se trataba de un archivo representativo para el objeto de estudio.

4.3.1. Contexto institucional

Para una mejor y correcta comprensión del motivo por el que el AGN de Colombia publica un contenido u otro en redes sociales, ha sido oportuno remontarse a la historia de este para poder conocer sus fines.

El AGN, fundado el 22 de diciembre de 1989, *“es un establecimiento público del orden nacional encargado de formular, orientar y controlar la Política Archivística, coordinar el Sistema Nacional de Archivos y la Red Nacional de Archivos, y garantizar la conservación del patrimonio documental, asegurando los derechos de los ciudadanos y el acceso a la información, así como, el mejoramiento en la eficiencia de la gestión pública, la eficiencia de Estado a través de una gestión documental articulada con el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”* (Archivo General de la Nación de Colombia). Cuyos objetivos establecidos por el artículo 5 del Acuerdo N° 9 de 2012 del AGN son:

- Velar por la preservación del patrimonio documental y facilitar el acceso a este, por parte de la ciudadanía.

- Custodiar, conservar, recuperar y difundir el patrimonio.
- Coordinar las instituciones que integran el Sistema Nacional de Archivos y promover el establecimiento de servicios adecuados de referencia archivística de las instituciones que integran el Sistema, así como asegurar su funcionamiento articulado.
- Promover y desarrollar acciones que establezcan una cultura archivística, la gestión documental y la gestión de la información relevante.
- Fomentar y desenvolver acciones que contribuyan a garantizar la identidad nacional.
- Diseñar y controlar la implantación del programa de gestión documental.

Atendiendo también a las funciones decretadas en la Ley 80 de 1989, Decreto 1777 de 1990 y Decreto 106 de 2015, las cuales son:

- *“Establecer, organizar y dirigir el Sistema Nacional de Archivos, con el fin de planear y coordinar la función archivística en toda la Nación, salvaguardar el patrimonio documental del país y ponerlo al servicio de la comunidad”.*
- *“Fijar políticas y expedir los reglamentos necesarios para garantizar la conservación y el uso adecuado del patrimonio documental de la Nación, de conformidad con los planes y programas que sobre la materia adopte la junta”.*
- *“Seleccionar, organizar, conservar y divulgar el acervo documental que integre el Archivo de la Nación, así como el que se le confíe en custodia”.*
- *“Formular, orientar, coordinar y controlar la política nacional de archivos, acorde con el Plan Nacional de Desarrollo y los aspectos económicos, sociales, culturales, científicos y tecnológicos de los archivos que hagan parte del Sistema”.*
- *“Promover la organización y fortalecimiento de los archivos del orden nacional, departamental, intendencial, comisarial, municipal y distrital para garantizar la eficacia de la gestión del Estado y la conservación del patrimonio documental, así como apoyar a los archivos privados que revistan especial importancia cultural o histórica”.*

- *“Establecer relaciones y acuerdos de cooperación con instituciones educativas culturales, de investigación y con archivos extranjeros”.*
- *“Apoyar la organización de archivos especializados en las distintas áreas del saber, así públicos como privados”.*
- *“Regular y racionalizar la producción, gestión y administración de los archivos de la administración pública”.*
- *“Apoyar la investigación de la información contenida en los distintos archivos de la nación a partir de fuentes primarias y el uso y consulta de los archivos para las decisiones de la gestión administrativa”.*

El AGN presenta un patrimonio documental que abarca desde 1543 hasta la actualidad y cuenta con colecciones privadas, mapas y planos, documentos de notarías...

4.3.2. Datos recogidos

4.3.2.1. Tweets por mes

En primer lugar, se han recogido los tweets publicados durante el año 2022 en la cuenta oficial del AGN, siendo un total de 497, lo cual supone una media de 41,42 tweets por mes. Por lo que respecta a la publicación de mensajes por mes, cabe señalar que la producción es, con carácter general, homogénea a lo largo de los meses del año, con un número de mensajes que oscila entre los 34 y los 44; fuera de este rango solamente se encuentran algunos meses que señalaremos a continuación.

| Mes | Mensajes publicados | % |
|------------|---------------------|-------|
| Enero | 17 | 3,42 |
| Febrero | 34 | 6,84 |
| Marzo | 44 | 8,85 |
| Abril | 41 | 8,25 |
| Mayo | 37 | 7,44 |
| Junio | 41 | 8,25 |
| Julio | 34 | 6,84 |
| Agosto | 51 | 10,26 |
| Septiembre | 42 | 8,45 |
| Octubre | 43 | 8,65 |
| Noviembre | 81 | 16,30 |
| Diciembre | 32 | 6,44 |
| Total | 497 | |

Tabla 2. Tweets por mes publicados por el AGN de Colombia. (Fuente: Elaboración propia)

Entre los meses con un menor número de mensajes publicados, se encuentra enero, mes en el que se publicó un total de 17 mensajes (3,42%), lo cual resulta un dato esperado tras el periodo de Navidad, donde la inactividad es mayor. De hecho, la mayoría de los mensajes difundidos en enero fueron publicados en los últimos días del mes. Y, de forma similar, el mes de diciembre, donde la cantidad de tweets también es menor respecto a los demás meses (31 tweets/mes).

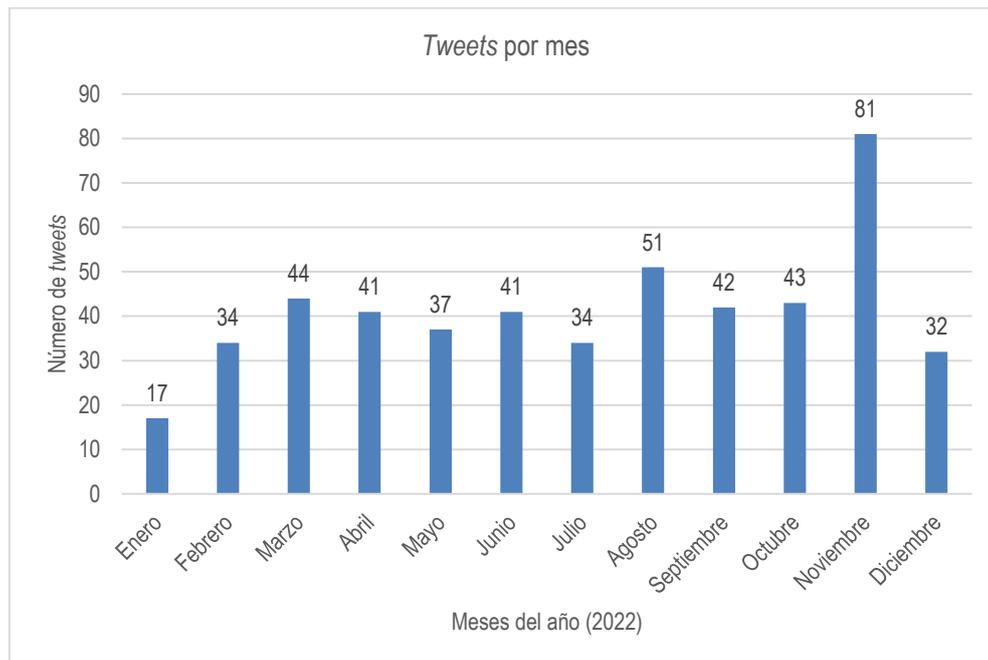


Gráfico 3. Tweets por mes. (Fuente: Elaboración propia)

Por el contrario, destaca con intensidad el número de publicaciones en el mes de noviembre, en el que se incrementa notablemente hasta llegar a los 81 tweets, lo cual supone un 16,30% del total. Posiblemente se deba a un hecho coyuntural, debido a la coincidencia con la organización de numerosos eventos durante ese mes y a la organización de numerosas actividades de difusión cultural del archivo. Analógicamente, pero en menor medida, también resulta llamativo el caso de agosto, ya que a pesar de ser un mes en el que la actividad se ralentiza en numerosas instituciones públicas y privadas debido a las vacaciones estivales, el número de mensajes publicados sea mayor, con un total de 51 mensajes al mes (10,26%). En principio, pudiera pensarse en que el incremento del número de mensajes podría

deberse a los posibles cambios en el préstamo de servicios del archivo (sobre todo posibles modificaciones en los horarios). Sin embargo, durante este mes apenas hay mensajes sobre los servicios y por el contrario predominan los mensajes sobre eventos y actividades del archivo.

En definitiva, cabe señalar la uniformidad en la publicación de los mensajes a lo largo de los meses del año. En estudios posteriores sería conveniente analizar si esa tendencia se produce en otros años o en otros archivos.

4.3.2.2. Materias de los mensajes

Tal como se indicó en el apartado de metodología, se han diferenciado nueve materias diferentes para agrupar el contenido de estos tweets. Siendo estas: 1. Felicitaciones y agradecimientos; 2. Actividades del archivo (actividades de carácter administrativo); 3. Encuestas, y cualquier tipo de recogida de información de acuerdo a las competencias atribuidas al AGN; 4. Efemérides; 5. Eventos específicos, tales así como congresos, conferencias, talleres...; 6. Servicios, ofrecidos por el archivo e incidencias en los mismos; 7. Actividades de divulgación cultural, en la que se encontrarán los post relacionados con la celebración de un día en concreto, la exposición de documentos, podcast...; 8. Noticias sobre Iberoamérica, donde se recogen noticias culturales de periódicos y/o información del gobierno respecto a temas asociados con la cultura; y 9. Información archivística, perteneciente a la información general sobre archivos y archivística.

| MATERIA | MENSAJES PUBLICADOS | % |
|----------------------------------|---------------------|--------|
| Eventos específicos | 267 | 53,72 |
| Actividades del archivo | 89 | 17,91 |
| Divulgación cultural | 87 | 17,51 |
| Efemérides | 17 | 3,42 |
| Servicios | 14 | 2,82 |
| Felicitaciones y agradecimientos | 9 | 1,81 |
| Noticias | 5 | 1,01 |
| Información archivística | 5 | 1,01 |
| Encuestas | 4 | 0,80 |
| | 497 | 100,00 |

Tabla 3. Tweets por materias. (Fuente: Elaboración propia)

Tal como se puede apreciar en la tabla anterior, en el conjunto de mensajes analizados, podemos destacar la materia destinada a eventos específicos (53,72%), que sin duda es el tema preferido sobre el que se publica en redes del AGN de Colombia, dedicado al contenido realizado en encuentros, seminarios, talleres y cursos; al igual que las fechas en las que se van a llevar a cabo; seguidos de las actividades desarrolladas por el archivo (89 tweets -17,91%-) y las actividades de divulgación cultural (87 tweets 17-51%-). Al contrario que las encuestas, categoría que ocupa el puesto más bajo, con el menor número de tweets (0,80%); continuando con la información sobre Iberoamérica (1,01%); y la información general sobre archivística y archivos (1,01%). En general, las demás materias poseen un número semejante de mensajes, que oscilan entre los 14 y 17.

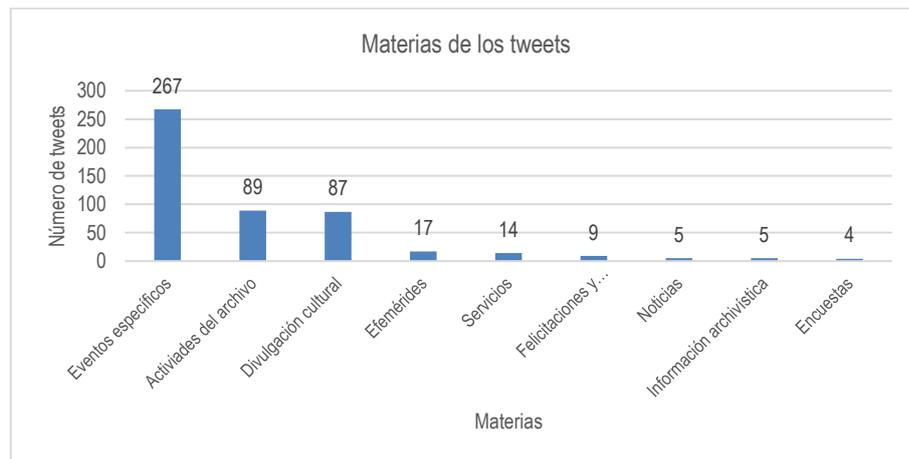


Gráfico 4. Número de tweets por materia. (Fuente: Elaboración propia)

A continuación, se presenta la recopilación de los resultados obtenidos sobre la cantidad de mensajes publicados sobre cada categoría y un análisis más detallado.

1. Felicitaciones y agradecimientos: se ha escrito y publicado un total de 9 tweets, entre felicitaciones navideñas y agradecimientos tanto a instituciones y personas de cierto rango como dedicados a los seguidores que poseen. . Constituye el conjunto más numeroso, pero es preciso tener en cuenta que, a menudo, la organización de un único evento da lugar a un número elevado de mensajes relacionados con su difusión, inscripción, datos de participantes, etc.

2. Actividades del archivo: 89 tweets publicados, que reflejan las numerosas reuniones oficiales así como las actividades que van a realizar.
3. Actividades de la divulgación cultural: se publicaron 87 tweets dedicados a celebraciones de día especiales y exposiciones de documentos por parte de trabajos realizados por el archivo.
4. Efemérides: se recogen 17 tweets dedicados a aniversarios y a acontecimientos históricos relacionados con el archivo.
5. Servicios: 14 tweets acerca de los servicios que ofrece el AGN. En general, se trata de mensajes relacionados con las siguientes materias específicas: la modificación o suspensión de algún servicio del Archivo (por ejemplo, el cierre temporal de la sala de consulta); la difusión de los servicios que presta (conservación de documentos, inventario, organización, diagnóstico, visitas); la advertencia sobre bulos o informaciones falsas relativas al Archivo; la difusión de información sobre los diferentes canales de atención al público puestos a disposición de los ciudadanos; y la publicación de instrumentos elaborados por el archivo (como la guía de preservación digital puesta al servicio de ciudadanos y otros archivos).



Figura 3. Ejemplo de tweet sobre los servicios del AGN

6. Felicitaciones y agradecimientos: se ha escrito y publicado un total de 9 tweets, entre felicitaciones navideñas y agradecimientos tanto a instituciones y personas de cierto rango como dedicados a los seguidores que poseen.
7. Noticias sobre Iberoamérica: recoge únicamente 5 tweets relacionados con la cultura de Iberoamérica, en su mayoría del país; reportajes e información cultural dada por el Gobierno.
8. Información archivística: solo se recopilan 5 publicaciones sobre información general de archivos y archivística.
9. Encuestas: siendo el menor número de mensajes publicados, 4 son los que han dedicado a recoger información de usuarios.

Cabe concluir, por tanto, que en el AGN de Colombia, Twitter se usa principalmente para la difusión de información específica sobre eventos, actividades organizadas en el archivo y actividades de divulgación cultural.

4.3.2.3. Tipos de documentos utilizados

Los mensajes publicados en Twitter pueden contener únicamente texto o apoyarse en otro tipo de recursos como imágenes, vídeos u otros, que en este caso son enlaces; por tanto, también se han conglomerado en estos cuatro campos, distinguiendo así, el tipo de documento que se añade a cada mensaje. Se han recopilado los datos pertenecientes a este apartado y que se pueden observar en la siguiente tabla:

| MATERIA | IMAGEN | VÍDEO | ENLACE | SÓLO TEXTO |
|--|--------|-------|--------|------------|
| Felicitaciones y agradecimientos | 8 | 0 | 0 | 1 |
| Actividades del archivo | 65 | 4 | 12 | 8 |
| Encuestas | 3 | 0 | 1 | 0 |
| Efemérides | 12 | 1 | 3 | 1 |
| Eventos específicos | 202 | 42 | 13 | 2 |
| Servicios | 7 | 6 | 0 | 1 |
| Actividades de la divulgación cultural | 66 | 8 | 7 | 3 |
| Noticias sobre Iberoamérica | 2 | 0 | 3 | 0 |
| Información archivística | 0 | 0 | 0 | 5 |
| TOTAL | 365 | 61 | 39 | 21 |

Tabla 4. Número de tweets según la materia y el tipo de documento. (Fuente: Elaboración propia)

Resulta llamativo el uso de imágenes junto al texto que incluyen los propios mensajes respecto a la utilización del resto de recursos multimedia, aunque como se puede observar el vídeo también destaca a la hora de publicar contenido de eventos organizados, en su mayor parte, por el archivo. Se puede concluir con el hecho de que al parecer, como motivo de la captación de atención e interés por parte de los usuarios, se recurre en mayor medida al uso de archivos multimedia y por tanto, en menor parte, a publicar contenido con tan sólo texto en su interior.

4.3.2.4. Número de retweets y “me gustas”

Por último, se ha recopilado el número tanto de retweets como de “me gustas” que los mensajes del AGN posee en total, comprobando el nivel de interacción tanto los usuarios que siguen las actividades del archivo como con los que exclusivamente desempeñan el papel de observadores. Del mismo modo que en apartados anteriores, se ha reunido el número de cada tweet en particular y por consiguiente, de cada materia. A continuación se exponen los datos:

El volumen de retweets que maneja el archivo en el año 2022 es de un total de 2.058, añadiendo los 4.477 “me gustas” que también tienen sus publicaciones. Sin

embargo, es en el recibimiento obtenido diferenciado por materias, donde se puede lograr tener un mayor conocimiento respecto a la interacción que realmente posee cada tweet, teniendo una pequeña idea de qué contenido destaca de entre los demás.

A primera vista, se logra observar que el número de “me gustas” siempre es más elevado que el de retweets. Pudiera ser por el hecho de que con esta última opción, el contenido también se añade a tu perfil de Twitter.

| MATERIA | RETWEET | | “ME GUSTA” | |
|--|---------|--------|------------|-------|
| | NÚMERO | % | NÚMERO | % |
| Eventos específicos | 934 | 45,38 | 1.761 | 39,33 |
| Actividades del archivo | 530 | 25,75 | 1.431 | 31,96 |
| Actividades de la divulgación cultural | 403 | 19,58 | 797 | 17,80 |
| Felicitaciones y agradecimientos | 47 | 2,28 | 160 | 3,57 |
| Efemérides | 66 | 3,21 | 154 | 3,44 |
| Servicios | 49 | 2,38 | 114 | 2,55 |
| Noticias sobre Iberoamérica | 13 | 0,63 | 31 | 0,69 |
| Información archivística | 11 | 0,53 | 18 | 0,40 |
| Encuestas | 5 | 0,24 | 11 | 0,25 |
| TOTAL | 2058 | 100,00 | 4477 | 100 |

Tabla 5. Número de mg y rt por materia. (Fuente: Elaboración propia)

Llaman la atención los números tanto de retweets como de “mg” que tienen las publicaciones relacionadas con las actividades administrativas del archivo y, por supuesto, los eventos específicos, destacando de entre los demás. Algo esperado, observando que resulta ser el contenido elegido tanto por el archivo (como se ha observado en apartados anteriores) como para los usuarios a la hora de interactuar con este. Por otra parte, las encuestas no presentan mucho nivel de interacción (5 rt y 11 mg), debe ser por ello que tampoco es una de las materias que posee muchos mensajes en la cuenta del AGN.

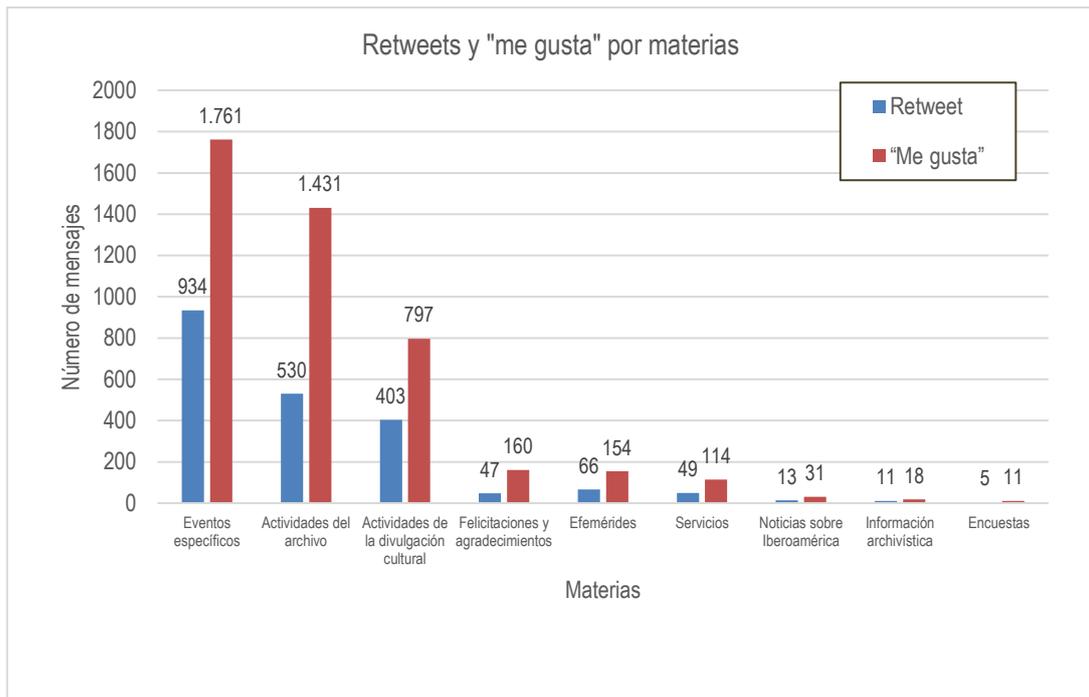


Gráfico 5. Número de mg y rt por materia. (Fuente: Elaboración propia)

En general, se advierte que en todas las materias el número de “me gusta” es más elevado que el de “retweet”, de modo que no se puede apreciar que exista una materia que dé lugar a una mayor interacción que otra.

5. CONCLUSIONES

Después de analizar todos los resultados obtenidos se expondrán ahora las conclusiones alcanzadas. De la misma manera que el nivel de cumplimiento de los objetivos iniciales planteados.

En primer lugar, cabe afirmar que la mayoría de Archivos Nacionales de América Latina (15 de 20) sí poseen presencia en internet, dejándose llevar por los cambios impuestos por la modernización y el impacto tecnológico, lo cual es positivo para seguir creciendo y, además, en el contexto actual, fundamental.

Investigando qué tipos de redes sociales son las que utilizan, se ha comprobado que, dentro de los ítems que se tenían marcados (y que puede corroborarse en el

apartado de resultados correspondiente), las plataformas elegidas para utilizar activamente son Facebook y Twitter (70%), eligiendo esta última como fuente para el estudio.

En segundo lugar, centrándose en el AGN de Colombia, caso particular escogido, se han publicado en su perfil un total de 497 tweets en el año 2022, es decir, una media de 41,42 tweets por mes, coincidente con la moda de los 41 tweets, lo cual ha simple vista puede resultar que goza de un correcto Plan de Comunicación para las RRSS. Sin embargo, una cuenta oficial de esta envergadura, debe publicar entre 3 y 5 tweets al día, según expertos en la comunicación, y se puede observar que el archivo no cumple con rigidez esta norma. Por el contrario, existen días en los que publica unos 6 mensajes y otros, 1 o 2. Además, de haber días en los que no se publica nada en el perfil o solo se retuitea información de terceros, hecho que, aunque no se haya recopilado en este trabajo, también aporta contenido porque se anuncia en el muro de su cuenta. A pesar de esto, su producción, a escala general, es homogénea, quitando algún mes donde se incrementa y disminuye el número de mensajes publicados, ya explicado con más detalle en epígrafes anteriores.

Respecto al contenido difundido activamente, como se ha comprobado a lo largo de todo el estudio, se advierte la preferencia del archivo por utilizar la plataforma como agenda y/o diario para compartir la información sobre eventos que realizará el AGN, sobre todo seminarios, talleres y videoconferencias que llevan a cabo profesionales del género y/o trabajadores de instituciones con un cierto rango y, que ponen a disposición de los usuarios, en general, sobre los procedimientos internos de un archivo. Contenido que en muchas ocasiones resulta repetitivo, ya que suelen publicar la misma información de eventos futuros a lo largo de varios días seguidos; también por ello pudiera ser que no presentara tanta interacción por parte de los usuarios de la red en cada uno de los *tweets*. Hecho que no pasa factura a la hora de analizarlo con carácter general, ya que es el contenido que mejor funciona, seguido de las actividades de divulgación cultural. Cuando se trata de mensajes de celebración de días importantes y exposiciones de documentos que forman parte de algún trabajo elaborado por parte del archivo, el *feedback* es mayor. Acto que puede ser observado en la “Figura 2. Hoja de recogida de datos”. Algo similar ocurre en los *tweets* sobre las actividades del archivo, que engloban actividades de carácter

administrativo, como reuniones oficiales y algunas actividades a realizar próximamente. Cabe destacar la buena iniciativa del archivo en cuanto a este tema. El primer o segundo día de cada mes publican una imagen, que resulta ser el tipo de documento más utilizado, con todas las actividades que se llevarán a cabo ese mes, con el fin de que, al estar anunciado con cierta antelación, pueda haber más participación.

Al contrario, se puede observar que el AGN de Colombia, según se ve reflejado en su perfil, no invierte demasiado tiempo en compartir encuestas o cualquier otro tipo de procedimiento de recogida de información, lo cual puede afectar a la larga en la colaboración de los usuarios, por motivos de falta de interés por el contenido expuesto. Es importante proporcionar este servicio no solo en la página web del archivo, sino también en la cuenta oficial de, en este caso, *Twitter*, para una mayor difusión y, por consiguiente, una mayor visibilidad, de esta manera se puede alcanzar a cubrir las necesidades de los usuarios. Para ello, es necesario dedicar tiempo y recursos. Cualquier institución que se debe al público debe estar siempre en un continuo aprendizaje para seguir mejorando y creciendo.

En definitiva, se trata de un archivo que promociona gran cantidad de proyectos de desarrollo y administración tecnológica, así como propuestas culturales e información relevante tanto para la nación en general, como para el mundo de los archivos y la archivística en particular.

En cuanto a los objetivos expuestos, se han conseguido llevar a cabo a la perfección, conociendo cada dato relevante y necesario para la elaboración de este trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Bleda, A. M. 2007. Los archivos nacionales de la América hispana y su inmersión en Internet: Presencia, contenidos y disponibilidad informativa. *Nuevo mundo, mundos nuevos*. N° 7 [En línea] 2007. <https://journals.openedition.org/nuevomundo/9633>.

Cebolla, Fernando. 2022. Twitter. Uso, configuración, algoritmo, fuentes de información, herramientas y contenidos, métricas. [En línea] 22 de febrero de 2022. https://zoom.us/rec/play/gVs82ppLw25Lq4Pke2ECATchNF2X7happcZCmwwLEs-ypQWpuYkklhumxcX8gHAHt5207eg6_yhP5CLh.iGZddvyD0XPLI9uq?startTime=1645524233000&_x_zm_rtaid=TWSU3eO_RCCKVbjgrqIEeA.1673178791267.6e80b94e48922d43565419ab07266610&_x_zm_rhtaid=949.

Cowdrey, Laura. 2013. Using social media to promote archive use . [En línea] 2013.

Díaz Rodríguez, María del Rosario. 2009. Los archivos y la Archivística a través de la historia. *Bibliotecas. Anales de Investigación*. N° 5, pp. 42-52 [En línea] 2009. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5721658>.

Duff, Wendy M., Johnson, Catherine A. y Cherry, Joan M. 2013. Reaching Out, Reaching In: A preliminary investigation oh archive's use of social media in Canada. *Archivaria, The Journal of the Association of Canadian Archivists*. pp. 75-96 [En línea] 2013.

Jiménez Hidalgo, Sonia y Poves Pérez, Eva María. 2015. Los archivos en la web social: herramientas para la difusión en la web 2.0 en el Archivo del CCHS-CSIC. 8 Jornadas Archivando: valor, sociedad y archivos: León, 5 y 6 de noviembre. pp. 260-282 [En línea] 2015. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5314338>.

Kotwica, Dorota. 2021. Uso y funciones de los «hashtags» evidenciales en Twitter. *RILCE: Revista de filología hispánica*. Vol. 37: n° 2, pp.685-708 [En línea] 2021. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7972639>.

Leiva-Aguilera, Javier. 2009. "Microblogging" y "liveblogging": ¿qué estas haciendo? *Anuario ThinkEPI*. Vol. 3: n° 1, pp. 170-173 [En línea] 2009. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3013077>.

Marquina, Julián. 2012. Las redes sociales y el mundo de los archivos: girando alrededor de la 2.0. Revista Tria. Nº 18, pp. 73-96 [En línea] 2012. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4260482>.

Matei. 2021. Archival Communication in the Age of Social Media. The Italian Case an the Main Strategies in the International Context. 2021.

Pené, Mónica Gabriela. 2013. Visibilidad de los archivos universitarios hispanoamericanos a través de Internet. Palabra clave (La Plata). Vol. 3: nº 1, pp. 30-44 [En línea] 2013. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4604236>.

Pere, Franch y Yeste, Elena. 2017 . Las redes sociales como herramienta para la divulgación de fondos documentales de bibliotecas. Estudio de caso de la cuenta en Twitter de JFK Library. 2017 .

Rodríguez López, María del Carmen. 2006. La delimitación de la archivística como ciencia. Primer Congreso Universitario de Ciencias de la Documentación, Madrid, 2000, pp. 379-388 [En línea] 5 de diciembre de 2006. <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/68856/4564456553226>.

Salazar, Eduardo. 2017. Hashtags 2.0 - An Annotated History of the Hashtag and a Window to its Future. Icono14. Vol. 15: nº 2 [En línea] 2017. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054356>.