

IMPORTANCIA DE LA DIFUSIÓN ARCHIVÍSTICA

MSc. Ligia Madrigal Mendieta

Historiadora / Academia de Geografía e Historia de Nicaragua

ligiamadriral@hotmail.com

HE ESTRUCTURADO el presente trabajo en dos apartados: uno en el que se expresan los primeros esfuerzos por legislar en pro de la publicación y divulgación de fondos documentales con interés oficial y administrativo; y en el otro, partiendo de los avances teóricos de la archivística. Se plantea la importancia de la difusión documental, señalando de forma sucinta algunas propuestas en función de valorarlas y emprenderlas.

Bases históricas de la Difusión Documental en Nicaragua

La labor de divulgación de archivos, esos fondos documentales que se disponen para todo investigador o algún aficionado por el conocimiento del pasado es reciente. La preservación y divulgación de archivos llegó a ser una tarea necesaria con los aires de la globalización. Los archivos cobraron interés en un mundo que se empezaba a reconocer al borde de una nueva etapa de mundialización e inmediatez, provocada por la acción de la revolución en la tecnología de los medios de comunicación y la circulación de información amenazaba las identidades colectivas.

Es conocido el estado deplorable en que se resguardaban los archivos desde la colonia, cuando estos no tenían un lugar seguro; pero de cualquier manera, buena parte de los fondos documentales lograron sobrevivir. Estos eran generalmente, producto de la actividad administrativa que desempeñaron las autoridades coloniales y en los años posteriores a la Independencia.

Los fondos documentales dieron forma a la Historia Patria que se confeccionó en 1882, a

petición del gobierno de la época. Aunque debe señalarse que muchos de ellos estaban en manos particulares que los utilizaban y resguardaban muy artesanalmente para sus propios fines. El control privado sobre algunos documentos públicos, correspondió a un largo período que fue paralelo con la institucionalización del Archivo General de la Nación.

Pueden identificarse, sin problemas, tres vertientes con las cuales se alimentó una pretendida “investigación” en los últimos años del siglo XIX e inicios del XX que se calificaba, a sí misma, de objetiva. Esas tres vertientes eran: el testimonio oral que resultó conveniente y manipulado, la consulta bibliográfica y, por supuesto, la consulta documental, que se originaba en el monopolio privado de documentos oficiales. Así, personajes como José Dolores Gámez y sus descendientes, Tomás Ayón, José María Castellón, Carlos Cuadra Pasos y otros actuaron como funcionarios públicos o cercanos a la administración de algún gobierno, monopolizando fuentes documentales importantes que debían haber sido consideradas patrimonio del Estado.

En enero de 1841 se estableció mediante decreto una comisión para que se formara el

Código de la Legislación del Estado para lo cual se comunicó a todas las oficinas para que suministraran copias legalizadas de las leyes, documentos y resoluciones. La primera vez en la historia moderna que se legisló a favor de la publicación y divulgación de acuerdos gubernamentales que darían forma al archivo documental fue el decreto del 3 de abril de 1851 cuando se indicó que *Los decretos i resoluciones lejislativas, i los acuerdos gubernativos que en adelante se emitieren, se imprimirán bajo el sistema de colección i en forma de tomo.*¹

Con base a lo anterior los archivos nacionales se habían establecido cuando se publicó el *Reglamento para el archivo jeneral del Gobierno*, Decretado en 21 de febrero de 1863, Por el Supremo Poder Ejecutivo.² En este [reglamento] se establecía la propiedad del gobierno sobre el acervo documental, organizando una oficina dirigida por un “archivero general” que estaría bajo la vigilancia directa del Ministerio de Hacienda

Este primer intento por la divulgación de la información legislativa se presentaría en forma de sistemas de colección o tomos, la misma estaría garantizada por el Estado que la haría circular entre sus instituciones en los primeros ocho días del mes de enero de cada año. La ley citada establecía un archivo general de consulta cerrada y dirigida a apoyar el funcionamiento de las instancias del Estado, según se sugiere en uno de los artículos del decreto *Las especies de consumo que tenga depositadas, solamente las entregará a los ministros o a los jefes de sección de orden de ellos tomando su firma él en la firma datada.*³

El establecimiento del Archivo General desplazaba en importancia la publicación en tomos de las leyes del país, cuya función se traspasaba a la oficina de archivo que se encargaría de la divulgación. Por

otro lado, es necesario observar que el carácter monopólico del funcionamiento del archivo se reforzaría con un artículo del mismo decreto que indicaba que el encargado de archivo *No dará a confianza, a ningún individuo, documento alguno de los que están archivados.*⁴

Unos años después la comisión que se había conformado mediante el decreto del 19 de enero de 1841 había terminado su trabajo y precisamente, de esto es posible destacar la labor documental de Jesús de la Rocha, quien a petición del gobierno elaboró el primer digesto de leyes en un documento que tituló *Código de la Lejislación de la República de Nicaragua en Centro-América*. Según explica el mismo autor:

*La lejislación del Estado comprende [...] todas las leyes dadas por la Asamblea Nacional Constituyente hasta la instalación de la primera magistratura del Estado, las cuales rijen en el mismo, en toda su plenitud, si no están alteradas o derogadas [...] las dadas por la Federación, i por las asambleas del Estado hasta que aquella desapareció, conceptuándose que las Federales rijen en la materia para que se dieron, si no están derogadas o alteradas por las leyes del Estado, después que éste reasumió su soberanía; i [...] las disposiciones legales dictadas por el mismo Estado, en su calidad de soberano, que derogan y prefieren a las de las dos épocas anteriores, ya sean federales o del Estado.*⁵

Este trabajo consiste en una recopilación de leyes emitidas en la labor histórica legislativa, desde 1821, bajo títulos específicos como “Preliminares”, donde se incluyen documentos relativos a la Independencia y decretos coetáneos, leyes que varían o modifican la Carta Magna donde se incluyen las Constituciones de 1826, 1838 y leyes constitucionales; “Relaciones Exteriores” que presenta tratados con naciones extranjeras;

1. Jesús de la Rocha, *recop.: Código de la Lejislación de la República de Nicaragua en Centro-América/ A virtud de comisión de S. E. el señor senador presidente don Nicasio del Castillo/ Refrendada por el señor Ministro del Interior don Eduardo Castillo. Managua, Imprenta de “El Centro-Americano”, 1873, p. 83. [Libro 1º. Título IV: Leyes que rijen en la República, &C].*

2. En *ibid.*, pp. 64-65. [Libro 1º. Título III: Reglamento de los Supremos Poderes, &C].

3. *Ibid.*, p. 65.

4. *Ibid.*

5. *Ibid.*

“Del régimen político de la República y de sus partes integrantes”, donde se pueden apreciar leyes electorales, división electoral, censo y otros; “Gobierno económico y político de los departamentos”, en el cual se presentan divisiones departamentales, leyes municipales, beneficencia y otros; el título “Libro Judicial”, incluye, organización y tribunales de la República, causas penales y otros; el ramo de “Instrucción Pública” ofrece decretos relativos a la educación primaria, secundaria y otros; en “Negocios Eclesiásticos”, se presentan documentos relativos al patronato, presupuesto eclesiástico, decretos de bautismo y entierros llanos, hermandades. En “Hacienda, Navegación y Comercio” se incluyen documentos relativos a rentas internas, aranceles de aduana, crédito público, puertos y más. Finalmente, la parte “Militar” ofrece documentos propios de conscripción militar, ejército, grados, pensiones y otros.

Resulta la más completa compilación documental que se dispuso para su circulación o divulgación en aquel año, aunque el autor revela que no se incluyen algunas leyes transitorias, como acontece con los Planes de Arbitrios emitidos por los pueblos y ciudades y que eran renovados anualmente. Según palabras del autor para la compilación y elaboración de este primer digesto, se conformó una comisión que laboró en base a trabajos menores de este tipo que se habían hecho anteriormente al año de 1873, como se lee *“...Para esta empresa se tuvieron presentes la recopilación cronológica de las leyes i decretos gubernativos, formada en 1861, i las disposiciones legislativas i ejecutivas emitidas después hasta fin de diciembre de 1863”*.⁶

Después de la publicación de aquel digesto del cual aún existen algunos números en las bibliotecas del país y se puede encontrar digitalizado en la Play Store de Google (Play Libros), no se volvió a trabajar sistemáticamente en la divulgación de las leyes. Por esto mismo, a inicios del siglo XX se puede

observar el monopolio de documentos oficiales en manos privadas con los cuales se forjó una sectaria historia política.

Importancia de la Difusión documental

La difusión es una de las actividades archivísticas menos desarrollada y practicada debido a la diversidad de factores externos: como déficit de recursos, lo que ha generado un retraso de la dignificación de la profesión archivística e indiferencia del colectivo y de la sociedad por los archivos. O causas intrínsecas: como el apego a la tradición y hasta la tendencia a la autocompasión.

La aplicación de Planes de Difusión debe ser en busca de oportunidades, retos y compromisos. La Difusión es una función primordial de los archivos en su relación con la sociedad, debe ser la finalidad del quehacer de los archivos reflejar sus potencialidades, en cuanto a aspectos relevantes de la sociedad como la democracia, los derechos humanos, la salud, la contribución a la memoria histórica y a la preservación de la identidad, más el enfoque pedagógico y educativo.

La archivística es una ciencia de la información y de la administración que actúa equilibradamente, tanto en el ámbito de la memoria histórica como de la sociedad de la información. Una ciencia aliada a la toma de decisiones, planificación, transparencia administrativa, rendición de cuentas, todo ello contribuye al sentido de pertenencia e identidad y a factores de eficiencia, eficacia y rentabilidad en las organizaciones públicas y/o privadas.

¿Por qué es necesaria la Difusión?

Es una función social dentro del concepto moderno de la archivística, los archivos a partir de su acervo documental constituyen una fuente continua de información, conocimiento y cultura. Por ello, deben estar al servicio administrativo y de

6. *Ibid.*, p. 6.

la sociedad en general. Desde el archivo se debe brindar espacios que permitan que estos sean considerados vistos como centros de información y de difusión cultural.

Debe de tener proyección, es decir, posicionamiento e imagen institucional y, asimismo, cumplir su función social y cultural para la sociedad. Pensarse que la función social de los archivos debe ir encaminada a la *satisfacción de las necesidades de información de los ciudadanos*. La difusión debe de entenderse como la acción de *promover y generalizar la utilización de los fondos documentales, y por otra parte hacer partícipe a la sociedad*. Las actividades propias de esa función archivista son: conferencias, exposiciones, actos culturales y elaboración de instrumentos de difusión documental.

Por consiguiente, la Difusión constituye una de las funciones archivísticas que *facilita el acercamiento entre el archivo y sus usuarios*.

Beneficios de la Difusión

La Difusión es un proceso archivístico que busca promover la utilización de los fondos documentales custodiados por una institución que, asimismo, permita el acercamiento entre el archivo y sus usuarios. Además, se muestra como la proyección en el entorno interno y externo, con lo cual se obtiene reconocimiento, presencia, credibilidad y posicionamiento como centros de información para la gestión administrativa-cultural.

Posicionamiento del archivo, dar a conocer al archivo como unidad institucional para la consulta de información permanente.

Captar nuevos usuarios, por medio de la Difusión se propicia el acercamiento del archivo y la documentación a los usuarios potenciales para que hagan uso de él. El surgimiento de archivos es consustancial al hombre y, por ende, a la sociedad; por tanto, su razón de ser es la disposición y servicio al colectivo social. Se invierte tiempo y recursos en desarrollar los procesos que integran

lo que se conoce como tratamiento archivístico, los cuales son trascendentales ya que representa la base de la disciplina. Sin embargo, la finalidad última de un archivo son los usuarios y satisfacer sus necesidades de información es la misión de los archivos.

¿Para qué la Difusión de archivos?, persigue como objetivo central atraer al ciudadano al contenido de estos centros: sus fondos documentales, las instituciones productoras de documentos, la evolución histórica-geográfica y la identidad que descansa en la información contenida en los documentos. A lo interno se requiere que el archivo sea promocionado como una unidad de apoyo para satisfacer las necesidades de información de la entidad, es decir, que se dé a conocer y demostrar su valía.

Asimismo, es fundamental un cambio de actitud y visualizar los archivos como verdaderas unidades de apoyo logístico, decisorias en la planificación, en la transparencia de la gestión administrativa, en la rendición de cuentas, en la toma de decisiones oportunas, en el servicio a los usuarios, en la proyección de una buena imagen institucional y en el valor para la democracia y la justicia social.

En cuanto al ámbito externo, es fundamental proyectarse adecuadamente a la sociedad. Es necesario que los archivistas abandonen el papel habitual de aislamiento. Urge cambio de actitud, dejar de lado cierto conformismo e inercia. Si se desea proyectar una adecuada difusión, es necesario transformar lo tradicional, dinamizando las labores archivísticas, asumiendo nuevos retos y resolviendo obstáculos mediante la creatividad y el esfuerzo. Es bueno contar con la interdisciplinariedad involucrando a otros profesionales.

Es necesario que los archivistas actúen sin complejos de inferioridad, respecto a otras unidades dentro de las organizaciones, ya que como lo indica Ana Verdú (2003): "Como te ves te verán". Cambiar la visión del archivo como

instancia que se asocia con la oscuridad y al olvido. No obstante, poco a poco se revierte el proceso debido a mejores condiciones de los archivos y a un tratamiento creciente de las potencialidades de la difusión. Superar esta visión estereotipada es uno de los desafíos.

Asumir riesgos y desarrollar innovación, el identificar las necesidades es una excelente estrategia, echando a andar la imaginación y la creatividad podemos detectar estas [necesidades] en el público objetivo. A través de la difusión se pueden descubrir las diferentes necesidades que tienen los usuarios, facilitar el manejo de la información, incrementar la consulta de sus fondos documentales, posicionar el archivo como facilitador de procesos de manejo de la información en el interior de las instituciones.

La proyección interna y externa, logra un mejor posicionamiento del archivo y, por ende, reconocimiento y presencia institucional. Sin duda alguna, se crea el vínculo sociedad-archivo, el colectivo conoce los servicios y productos a ofrecer, lográndose de este modo que el archivo se proyecte a su objetivo final: la comunidad. Contribuir a la difusión del patrimonio documental mediante la creación de productos y servicios adecuados para satisfacer las necesidades de sus usuarios, o de actividades para dar a conocer estos fondos a todos los miembros de la comunidad interesada.

Acercamiento de nuevos usuarios, la proyección interna y externa, atrae y capta nuevos usuarios, no solo los funcionarios de las instituciones en particular, sino al público potencial. Esta función permite asegurar la conservación de los documentos para ser utilizados con fines investigativos y de consulta. Del mismo modo, facilita el acercamiento entre los integrantes de una sociedad.

Cambio de imagen, para contribuir a que el archivo sea reconocido debe tener un sello de identidad y un eslogan como unidad de apoyo logístico, a través

de su actualización tecnológica, documental y servicios a ofrecer. Además, se presenta como una herramienta idónea que permite mostrar eficiente y organizadamente los productos y servicios que el archivo brinda. De este modo, es posible ayude a variar la imagen tergiversada y, a veces, estereotipada.

Visibilidad, con el cambio de imagen se logra que el archivo y, por ende, el archivista sean reconocidos en la sociedad, adquiriendo mayor proyección de lo que realiza; es decir, sus funciones, el acervo documental y la importancia archivística, entre otros factores.

Rentabilidad del archivo, la rentabilidad social y cultural es otra oportunidad que tienen los archivistas. Con una amplia carta de servicios y productos a ofrecer al público, apoyado con una buena atención a los usuarios, se demuestra que los archivos son rentables y trascendentales para la sociedad. En este sentido, se menciona la importancia en relación con la democracia y los derechos humanos. También, es innegable la contribución a la memoria histórica y a la preservación de la identidad. De igual forma, se debe aprovechar el potencial pedagógico y educativo de los mismos [archivos].

Qué se debe de tener en cuenta para la difusión

Es imprescindible contar con un archivo debidamente organizado, junto con usuarios, productos y servicios con el fin de dominar ampliamente la documentación y las características que se pretende señalar.

Debe contemplarse en los procesos de planeación: tener objetivos y metas claras; saber qué es lo que se busca al implementar un plan de difusión y los tipos de usuarios que utilizan el archivo. Es necesario percatarse de sus características más notorias y el motivo o necesidad que los lleva a utilizar la información que custodia el archivo, esto se realiza por medio de la elaboración de un perfil de usuario, siendo trascendental para cubrir

adecuadamente las necesidades y de esta forma hacer visible las potencialidades del archivo.

Identificar productos y servicios ofertados, frente a su demanda por parte de los usuarios. Identificar cómo el archivo detecta las necesidades de sus usuarios, es decir, analizar con qué criterios se miden las necesidades informativas de los usuarios. Conocer el promedio de usuarios en la actualidad. De acuerdo con el trabajo de campo implementando un programa de difusión.

Se debe conocer el personal con el que cuenta el archivo. Esto se hace con el fin de asignar los roles de cargos y facilitar la distribución de tareas de difusión. Conocer conceptos básicos de mercadeo, entre ellos la promoción, pues agrupa actividades y estrategias necesarias como: las 7 P'S del marketing de servicios⁷, la gestión de experiencia del cliente y el servicio de atención al cliente; herramientas necesarias para dar a conocer a los usuarios de un archivo, un producto o servicio archivístico. Observar si se está haciendo la difusión adecuada, la competencia y competitividad con relación a otros archivos, así como el adecuado análisis de los perfiles de los usuarios.

Programas de difusión

En materia de difusión en los archivos existe una variedad casi infinita de posibilidades, todo depende de la finalidad e imagen que se quiera proyectar, del público objetivo, de los recursos, de la creatividad del archivista, del tipo de archivo y de la naturaleza de la documentación, entre otros factores.

Las exposiciones, uno de los medios de difusión más utilizado, eficaz y ameno de proyección, la repercusión social de una exposición entre el público y los medios de comunicación es fundamental. En la actualidad las exposiciones documentales no solo involucran a especialistas.

Las temáticas que las exposiciones permiten abarcar son casi inagotables, pues, este medio difusivo se utiliza para presentar acontecimientos históricos, homenajes, festividades nacionales, presentaciones de catálogos, entre otros. Entre estas actividades existen las físicas y las virtuales. Las virtuales son diseñadas para instalar en internet, en el sitio web del archivo o bien en soportes digitales (CD, USB). Sus ventajas son muchas: no requieren local, seguridad o vitrinas; son de bajo costo: económico, interactivas, perduran en el tiempo y en el espacio y llegan a un público más amplio.

Las reales se dividen en: permanentes, temporales e itinerantes. Las exposiciones permanentes, son la carta de presentación de los archivos, presentan los documentos más importantes. Las temporales, como su nombre lo dice, son montajes por un tiempo determinado y están dedicadas a temas o efemérides específicas de interés para la sociedad. Las itinerantes se caracterizan por su fácil desplazamiento y traslado, por ello, su impacto y difusión son más amplios.

Visitas guiadas, su bajo costo económico, la relativa facilidad en desarrollarlas y el gran número de personas que asisten, las convierten en una actividad trascendental de difusión. La finalidad de las visitas guiadas consiste en dar a conocer al archivo en el sitio propiamente dicho, para lo cual se toman en cuenta los intereses de los usuarios. En la actualidad y ante la pandemia, se desarrollan visitas guiadas virtuales.

Existen otros programas propios para la difusión entre ellos: servicios educativos, vídeos, visitas concertadas, jornadas de puertas abiertas, folletos, boletines, publicaciones, concursos y turismo histórico, entre otros. Existe una amplia variedad de opciones para desarrollar la difusión en los archivos, y dar a conocer productos y

7. *Personas, Producto, Plaza, Precio, Promoción, Procesos y Posicionamiento*

servicios archivísticos, que buscan acercamiento de usuarios. Poseer una visión clara en el sentido de que los archivos se deben organizar pensando no solo en el presente, sino también en el futuro.

¿Cómo lograr la Difusión de los Archivos?

Diseñando programas de gestión documental que permitan asegurar la organización, la clasificación y la conservación de los documentos de archivo en cada una de las etapas del ciclo vital que se produzcan. Se podría pensar en términos de Mercadeo en el concepto de *Productos y servicios archivísticos*, inventando nuevos términos aplicados al mercadeo de archivos, por ejemplo: *Paper Marketing*, que traducido al español significa: *Mercadeo de Documentos*. Es decir, tratar de crear y asimilar nuevos conceptos.

Un portafolio de productos o servicios archivísticos

son el resultado de la conjunción del trabajo intelectual, al que se le adicionan recursos técnicos y económicos. Constituyen un tipo de información que es materializado para responder a la satisfacción de un deseo o de una necesidad de un grupo específico de personas, es importante saber identificar los nichos de mercado. Se pueden integrar elementos tangibles como un catálogo, una guía. O intangibles, como un servicio de referencia o de capacitación archivística.

Publicidad, en sus diversas modalidades mediante plegables, folletos, carteles, implementación de páginas web, spots publicitarios, entre otros.

Relaciones públicas, comprende el mutuo entendimiento entre el archivo y sus usuarios. Este aspecto se focaliza mediante capacitaciones, relaciones con otros departamentos, charlas y gestión de experiencia del cliente (internos y externos).

Promoción, se hace una vez que el usuario está dentro del recinto. Forma de ofertar los servicios del archivo a sus usuarios.

Posibles resultados

El acercamiento entre el archivo y los usuarios, permitirá conocer las necesidades y los perfiles de cada uno de estos. Se mejorará la calidad de la prestación de servicios. Permitirá la creación de nuevos productos y servicios de acuerdo con las necesidades de los usuarios. Se dará un estatus de posicionamiento del archivo. Se creará una segmentación y un nicho de usuarios para el archivo.

Construcción de propuesta, una vez realizada una buena segmentación de usuarios, incluso nichos de estos [usuarios] y sentadas las bases del perfil de sus necesidades, se puede pasar a construir una propuesta de oferta y promoción del archivo. Igualmente, no se olvide realizar un análisis de la competencia, por medio de la Matriz FODA.

Diagnóstico inicial y situación actual del archivo

Analizando el comportamiento actual del archivo institucional, en cuanto a: difusión, perfiles de usuarios y estrategias para la consulta de su acervo documental. Se debe realizar un diagnóstico que permita identificar los productos y servicios ofertados en los archivos.

Con esta actividad se puede recopilar la información más importante en cuanto a historia, planta física, estructura organizacional, portafolio de productos y servicios, estudios de usuarios, conservación y custodia del acervo documental. Identificar el entorno externo e interno, ya que permite visualizar los roles o funciones específicos de cada grupo de trabajo.

Se deben **traducir las necesidades en un producto específico**, la idea es concentrar necesidades en grupos específicos y poderlas materializar en un producto o servicio del archivo.

Planificación y desarrollo de nuevos productos o servicios, el producto o servicio de archivo

se puede considerar un tipo de información materializado y conformado para responder a la satisfacción de un deseo o necesidad de un grupo específico de personas. Este producto puede tener características tangibles como un catálogo o una guía, o intangibles como un servicio de referencia o capacitación en temas archivísticos.

Establecimiento de indicadores de gestión, un indicador de gestión es un instrumento o mecanismo para evaluar hasta qué punto o en qué medida se están logrando los objetivos trazados en el plan estratégico del archivo. En el momento que se identifiquen plenamente las necesidades, es necesario implementar los indicadores que contribuyan de manera significativa al personal del archivo, a fin de monitorear la satisfacción de los usuarios.

Existencia de un manual de usuarios, el manual de usuarios es un documento que intenta dar asistencia en cuanto a la utilización de productos y servicios a sus usuarios. Debe ser legible y claro para cualquier usuario, bien sea principiante o avanzado.

Generar estrategias de promoción

Es necesario tener en cuenta que el objetivo de una promoción consiste en ofrecer a los usuarios un incentivo para la utilización de un producto o servicio a corto plazo, lo que se traduce en un incremento puntual tanto de usuarios como de consultas.

Promoción de ventas o servicios, incentivos a corto plazo para fomentar la utilización del programa. La promoción debe ser desarrollada por funcionarios de la unidad del archivo, quienes se encarguen de dar a conocer los nuevos productos o servicios a los usuarios. Se pueden utilizar las siguientes estrategias:

Boletines informativos, publicación periódica que recoge noticias sobre actividades propias del archivo, como ingresos de nuevos fondos, remisiones de documentos, actividades en materia

archivística (cursos, congresos, seminarios y talleres), recursos y fuentes de información y publicaciones, entre otras.

Invitaciones orales o escritas, oferta personalizada que hacen los funcionarios del archivo para lograr su objetivo de promoción; pueden ser presencial o mediante correos electrónicos, o propaganda de foros en páginas web.

Obsequios, campañas de motivación que comuniquen a los usuarios, por ejemplo: el uso de los servicios del programa pueden obtener una copia del documento o fotografía más representativa o apetecida que tenga el archivo.

Publicidad, en función de crear y difundir información acerca del archivo, productos, servicios o sus actividades corporativas; es decir, consiste en cultivar buenas relaciones con públicos diversos como gerentes, trabajadores y proveedores de diferentes entidades.

Sitios web, una de las actividades más versátiles de difusión de archivos, gracias a las bondades que presentan las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Vídeo institucional, permite conocer el archivo en todas sus dimensiones, tales como infraestructura, áreas, servicios y documentación, entre otros. Debe ser animado, claro, conciso y didáctico, así como, no exceder los 15 o 20 minutos.

fiches o carteles, todos aquellos materiales escritos, dibujados o impresos, mediante los cuales se destaca una idea importante, un mensaje o la promoción de una actividad o producto, en la que predomine la imagen sobre el texto.

Folletos o desplegados, publicación con información general o específica del archivo. Permite publicitar todos sus aspectos o particularidades que se quieran destacar, tales como servicios, fondos documentales, reglamentos, normativas e instructivos, entre otros.

Se recomienda sean breves, de fácil lectura, libres de tecnicismos y jerga profesional, ilustrados y dirigidos a todos los públicos, preferiblemente que sean en formato de flujogramas.

Ejecución, control y evaluación del plan de difusión

El propósito del seguimiento y control del plan de difusión consiste en proveer una visión objetiva del estado actual del proyecto y determinar las posibles desviaciones a fin de tomar las respectivas acciones correctivas.

Asignación de tareas, asignación de tareas, funciones y responsabilidades para cada una de las personas involucradas en el desarrollo e implementación del plan de difusión en él.

Seguimiento y control, permite medir si se está cumpliendo con los objetivos y metas propuestos. Debe ser sistemático y periódico, bien sea semanal, quincenal o mensual.

Capacitaciones, desempeñan un papel importante en el plan de difusión de archivos: se puede considerar el puente estratégico para hacer conocer productos y servicios de archivo a usuarios finales.

Con el objetivo de pensar y/o revisar que se está haciendo en el cumplimiento de la función archivística, revisar si se están visualizando las estrategias para posicionar el archivo, si se están creando nuevos productos y servicios, y si se está satisfaciendo las necesidades de los usuarios. Si se encuentran motivados a desarrollar propuestas flexibles y dinámicas. Promover estratégicamente la difusión de programas y servicios de archivos. Crear y desarrollar manuales y perfiles de usuarios como herramienta para la creación y la optimización de nuevos productos y servicios.

Esperando que este recorrido por elementos históricos, teóricos, metodológicos y mercadotecnicos ayuden a elevar la necesidad de asumir la difusión archivística como una función importante en la labor documental que actualmente se realiza en nuestra Nicaragua.

Bibliografía

ACADEMIA DE GEOGRAFÍA E HISTORIA DE NICARAGUA: Informes de Censos Guías de Archivos Nicaragüenses. Proyecto desarrollado en diez fases (2000–2012) con el apoyo del Ministerio de Educación de Cultura y Deporte de España.

ALBERCH I FUGUERAS, R. “La dinamización cultural en el archivo, un reto futuro”. *VII Jornadas Archivísticas. Aprender y enseñar con el archivo*. Huelva, 2003, pp. 127–135.

BRAVO, J.: “Marketing de servicios”. Recurso en línea disponible en: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/mktdess.html>

CASTILLO BURGOS, Edinson Esneider: “Propuesta para construir Planes de Difusión de Archivos Universitarios”. *Revista Códice*, vol. 5, núm. 2, julio–diciembre, 2009.

CELIS, A. y Sierra, L.: “Guía práctica para la difusión de productos de archivo”. Trabajo de grado para optar al título de Especialista en sistemas de información y gerencia de documentos, en Universidad La Salle, 2006.

GARCÍA, Jaén L. F.: “La Difusión de Archivos: estrategias para su proyección”. Convención Internacional de Archivistas. Argentina, Mar del Plata, 2006.

LARA NAVARRA, P. y RUÍZ RODRÍGUEZ, A.: “La Difusión de Información en los Archivos: páginas web”. *Revista Tria*, núm. 6, 1998, pp. 153–163.

MARTÍNEZ GARCÍA, L.: “La Difusión por la Difusión. Algunas reflexiones personales en el campo de la difusión de los archivos”. Toledo, Anabad Castilla–La Mancha, *Archivos, Ciudadanos y Cultura*, 1999.

ROCHA, Jesús de la: *Código de la Legislación de la República de Nicaragua en Centro-América*/ A virtud de comisión de S. E. el señor senador presidente don Nicasio del Castillo/ Refrendada por el señor Ministro del Interior don Eduardo Castillo. Managua, Imprenta de “El Centro–Americano”, 1873.

ROMERO CABOT., R. “Los Archivos y la Difusión Cultural: el ámbito de las exposiciones”. *ARCHIVUM*, núm. XLV (45), 2000, pp. 251–266.

VERDÚ PERAL, A.: “Archivos, Dinamización y Formación. El Archivo Municipal de Córdoba”. VII Jornadas Archivísticas. Aprender y enseñar con el archivo. Huelva, 2003, pp. 89–103.