

**XVII Seminario de la Federación internacional de
antiguos alumnos iberoamericanos del INAP de España
FIAAIINAPE**

“La brecha digital como factor de desigualdad”

**Acercándonos digitalmente:
Archivo General de la Nación en las redes sociales
Período enero 2021 - agosto 2022**

Dra. Clelia María López

**AAEINAPE
Asociación Argentina de Egresados del
Instituto Nacional de Administración Pública de España
Cuerpo de Administradores Gubernamentales - Argentina**

Acercándonos digitalmente es el caso de estudio que da cuenta de la evolución, avances y desafíos del Archivo General de la Nación de Argentina en redes sociales en el período enero 2021 a agosto 2022.

Introducción

Creado en agosto de 1821, pocos años tras la revolución y la independencia, el Archivo General de la Nación de Argentina - AGN - celebró en agosto 2022 su 201° aniversario. Lleva dos siglos preservando los documentos del pasado para que se pueda escribir historia; promoviendo la correcta gestión documental de las administraciones; con el objetivo manifiesto de ser una herramienta para el cumplimiento de los derechos de la ciudadanía. Recientemente mudó sus instalaciones a un edificio construido específicamente a tal fin, que ocupa el predio de una ex cárcel en el sur de Buenos Aires.

El bicentenario en 2021 renovó desafíos de democratización y federalización del patrimonio documental, y la modernización de procesos técnicos para hacerlas posibles. Además de incorporar una nueva sede construida específicamente a tal fin.

Todo archivo es una institución compleja que resuelve la gestión del patrimonio documental protegido. Antes de llegar a los ciudadanos, los documentos atraviesan múltiples y diversos procesos técnicos. No todo documento integra el Archivo. La evaluación y selección documental cumple un rol fundamental: establece con criterios técnicos, históricos y normativos, la documentación a preservar de forma permanente.

Los documentos, al ingresar al Archivo son identificados, clasificados y descriptos, esclareciendo productores y motivos. De este trabajo se desprenden los instrumentos de descripción que los usuarios consultan en sus búsquedas.

Asimismo, los documentos requieren cuidado físico, conservación y seguridad. La conservación preventiva (control de humedad, temperatura, plagas, etc.) y la restauración permiten su supervivencia por largo plazo. Con el control físico, se garantiza la seguridad de los depósitos y se lleva el registro del movimiento de las unidades de conservación.

Finalmente, la consulta a través de plataformas web, redes sociales o trámites remotos, sólo es posible por la digitalización y la administración correcta de los objetos digitales. En los últimos años se verifica en la administración pública argentina una creciente presencia de servicios en línea y trámites a distancia.

El AGN ofrece online los siguientes servicios directos a la ciudadanía: registros y turnos para consultas presenciales, solicitud de copias de documentación digitalizada, copias de decretos del Poder Ejecutivo 1947-2016, de expedientes sucesorios, visitas guiadas, solicitud de asistencias técnicas y actividades de formación y capacitación.

Muchas de estas circunstancias han aumentado por consecuencia de la pandemia y las cuarentenas. Las organizaciones públicas, en muchos casos se reinventaron o modificaron su aproximación a los distintos usuarios, como en el caso del AGN, incorporando a través de las redes sociales nuevas audiencias de seguidores.

Desarrollo

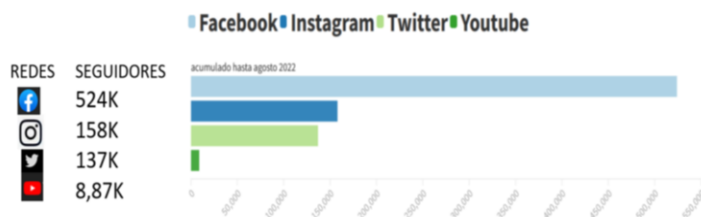
Desde enero 2021 se realiza una exhaustiva evaluación de la posición del AGN en redes sociales, tomando como caso testigo la cuenta institucional de Instagram que comparte contenidos con las cuentas de Twitter y Facebook.

Las redes sociales son sitios en el mundo virtual y aplicaciones que tienen como objetivo principal generar vínculos entre las personas, fomentar comunidad e invitar a la participación y al diálogo.

Son muchas y muy variadas; cada una tiene características específicas y maneja su propio código interno de funcionamiento: tipo de contenido, lenguaje, formato, entre otras. Las hay más focalizadas en generar relaciones horizontales entre personas, como en el caso de Facebook, y otras más vinculadas al entretenimiento, como YouTube.

Al procesar el trabajo de un año y ocho meses en redes sociales se pudo informar la siguiente batería de indicadores: estudio de los documentos publicados, distribución temporal y concentración geográfica, temas evocados, videos y fotos preferidas, *engagement* del público, crecimiento de seguidores e intercambio, etc. Y con toda esta información estamos en condiciones de analizar cómo una organización pública puede achicar la brecha digital acercándose a su público habitual y generando nuevas audiencias.

Según el relevamiento de audiencia en redes sociales del AGN en agosto 2022: la sumatoria arroja un total de 827.870 de seguidores. Esta comunidad online se distribuye de la siguiente manera: *Youtube* 8.87K; *Twitter* 137K; *Instagram* 158K y *Facebook* 524K.



Para comprender la importancia de *Instagram*, algunos valores alcanzados:

Alcance o número de seguidores	158.000
Audiencia neta (de marzo 2021 a agosto 2022)	37.000
Tasa de crecimiento de audiencia (mismo período)	30,5%
Publicaciones anuales 2021: 946 <i>posts</i> , 2,6 de promedio diario y 236,5 trimestral	

Las publicaciones incluyen:

- 1% mapas,
- 4% escritos históricos,
- 18% artículos institucionales,
- 19% videos, noticieros y
- 58% se concentra en imágenes fotográficas.

Durante 2021, se otorgó contexto de localización geográfica al 66% de las publicaciones, centradas en más del 70% de los casos en ciudad de Buenos Aires y provincia de Buenos Aires. En materia temporal se constata fuerte focalización en lo sucedido en las cinco décadas de 1921 a 1970 y sólo 16% del material se publicó sin fecha.

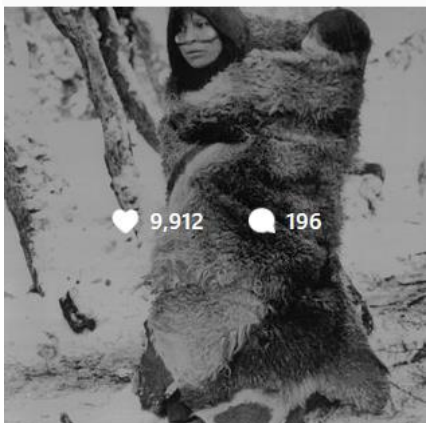
Muchas de estas métricas pertenecen a análisis propios del marketing digital. El *Engagement* o compromiso (videos y fotos con mayor aceptación) rescata las modas, el video más popular tuvo 67K vistas y la foto con más aceptación casi 10K de seguidores.



Ola de fuego en Buenos Aires. La gente se refresca en el balneario municipal de Núñez, 1952.

Noticiero Panamericano 607. Documento fílmico: Tambor 522.C35.1.A

Publicado jueves 7 de enero de 2021
Moda con 67.2k de reproducciones. 227 comentarios,
Representa 56% del alcance de la cuenta en esa fecha.



Madre e hija Selk'nam. Isla Grande, Tierra del Fuego, 1923.
Fot.: M. Gusinde Hentschel.

AR-AGN-AGAS01-Ddf-rg-2508-350138.

Publicada el martes 27 de julio de 2021.
Moda con 9912 me gusta. 196 comentarios.
Cercano a 7,6% de los seguidores en esa fecha.

[#AGNArgentina](#)
[#BicentenarioAGN](#)
[#Diversidad](#)
[#Historia](#)

El rendimiento o *performance* refiere a la efectividad de una publicación y es medida por el alcance y la cantidad de interacciones generadas.

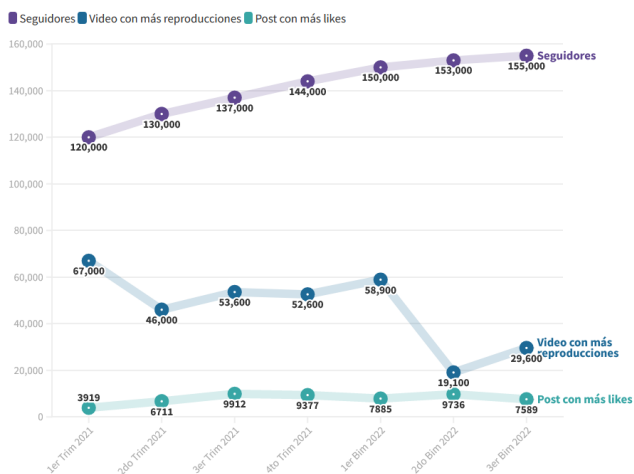
Diariamente en promedio hay 1500 *likes*. La amplitud del rango de aceptación de las publicaciones se encuentra entre 83 y 7539 *likes*. Los valores más bajos responden a mensajes institucionales.

Es interesante que, frente a datos ausentes, la comunidad de seguidores brinda precisiones a documentos, completa detalles de fecha, lugar, protagonistas, autoría, etc. Hay seguidores que se comprometen al arrojar amigos o conocidos y también están aquellos que realizan comentarios constructivos.

La posibilidad de publicar los documentos con información completa íntegra y da sentido al relato histórico de los dos siglos de vida de la institución. Hay Interés por casos de *storytelling* (relato de avances de la mudanza y equipamiento del nuevo edificio).

Con casi 20 meses continuos de reflexión, mediciones y análisis sobre la cuenta de Instagram, pueden establecerse tendencias y graficarse el comportamiento y reacciones de los seguidores ante las publicaciones.

Se presenta a continuación una representación gráfica que compendia la información del crecimiento de los seguidores (violeta), máxima audiencia para la reproducción de videos (azul) y la última curva de *likes* obtenidos para los posts preferidos, dejando evidente la representatividad y compromiso del público. Finalmente, la curva del crecimiento de seguidores va achatándose, tal vez acercando la posibilidad de su límite.

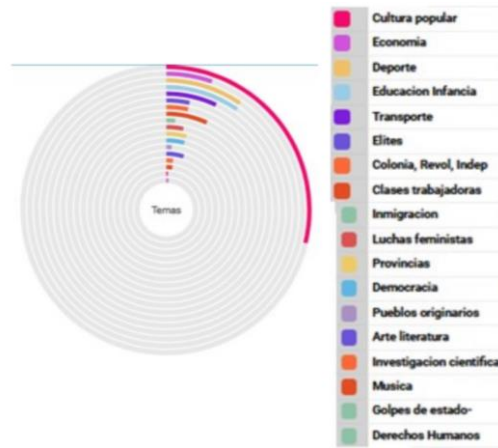


El primer paso más simple por parte del público es dar “me gusta” a las publicaciones. Además, hay seguidores que se comprometen aún más al arrojar amigos o conocidos y por último están aquellos que realizan comentarios constructivos. La comunidad discute datación de documentos que aparecen sin fecha, aproximan respuestas, brindan detalles y en otros casos, los comentarios son realizados por familiares directos de quienes aparecen en las imágenes.

Con respecto al ida y vuelta con el público, se está tratando de avanzar gradualmente de una estrategia *push* que pasa y envía mensajes, a *pull* con involucramiento de comentarios y reenvíos para con el tiempo, llegar a una estrategia de red con mayores intercambios e interacción ida y vuelta.

Los seguidores, por otro lado, reaccionan ante las publicaciones y esperan respuestas, aclaraciones, definiciones por parte de la institución representada en las redes sociales. Entre las consultas más frecuentes, buscan acceder a la totalidad de un video o descargar alguna imagen.

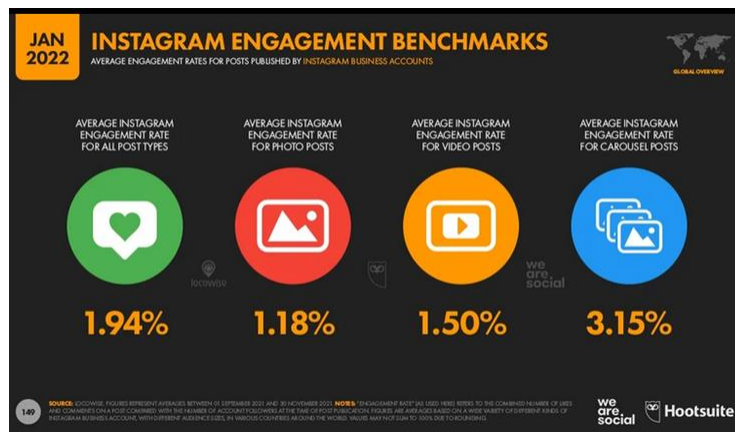
Es una constante el acento en aspectos de cultura popular que abarcan costumbres y hábitos, moda, alimentación, fiestas, manifestaciones populares, etc. El siguiente gráfico muestra la distribución de temas durante 2021.



En el año del Bicentenario, el apartado de producción actual institucional recopila 18% del total con la siguiente distribución decreciente: Inspiraciones: Pensamientos desde archivos, por referentes de la cultura; fondos y servicios (digitalización, normas, descripciones, turnos, etc.) ; efemérides; mudanza: traslados, avances, condiciones del edificio nuevo; actividades del AGN solo o en conjunto con otras organizaciones; "200 historias destacadas" con Canal Encuentro y el Ministerio de Interior; podcast "SonAR: navegando la historia argentina a través de sus sonidos"; actividades de capacitación, etc.

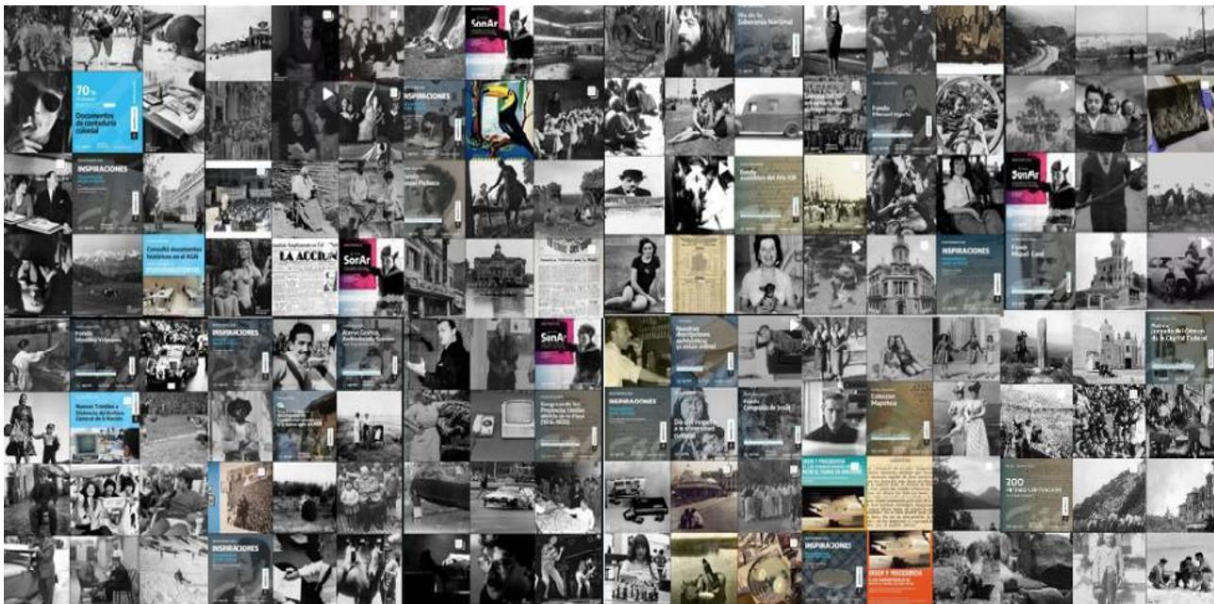


Según estudios internacionales publicados recientemente, es de esperar en promedio los siguientes niveles de compromiso y respuesta para las distintas publicaciones de *Instagram*. (Izquierda a derecha: compromiso ante *posts*, frente a fotos, videos o carrusel de fotos). Además, internacionalmente se calcula 65% de crecimiento de usuarios de *Instagram* en últimos 2 años.



Identidad visual

Con respecto a la imagen institucional, la marca del AGN está estandarizada. El potente estilo visual de la cuenta se vale de imágenes antiguas preponderantemente en blanco y negro y sepia. El uso de colores específicos crea estilo y ubica al público, destinando diferentes colores para cada tipo de comunicación. Reservando el contraste de todo color para actualidad y noticias se va guiando al público al transmitir el mensaje. Los tipos de contenidos son así más fácilmente reparables.



El resultado del diseño profesional y su aplicación constante en el tiempo son decisiones acertadas, otorgan respaldo visual y han contribuido a reforzar la presencia en las redes. Estos aspectos estables de forma y estilo constituyen un importante activo de la cuenta.

A la potencia del material visual acompaña desde octubre 2021 la iniciativa de *podcasts*. Estos contenidos de audio disponibles en Internet brindan la libertad de ser escuchados por diferentes públicos a demanda, generan relaciones de fidelidad, con menor costo y requisitos tecnológicos que los videos para producir audios de calidad. A la vez su descarga permite escucharlos offline.

Según las estadísticas disponibles en América Latina casi 20 millones de personas escuchan *podcasts*, a través de *smartphones* o computadoras desde múltiples plataformas y la creación de *podcast* en idioma español ha crecido 94%, siendo Argentina, el 4to país de mayor crecimiento de escucha de *podcast* a nivel internacional.

La historia no sólo se transmite mediante fotografías, escritos y videos. El Podcast SonAr se anuncia como una navegación por la historia argentina a través de sus sonidos. Organizado en dos temporadas temáticas y entregas semanales, comenzó con las voces de protagonistas de la literatura argentina: Storni, Borges, Mujica Láinez, Ocampo, Cortázar.

Acceso tecnológico y contexto

Por otro lado, todas estas acciones del AGN van de la mano de la tecnología. Con respecto a la población total de 47.32M (Censo 2022), 92.3% se encuentra urbanizada y en condiciones de acceder a Internet que pagan de su bolsillo o a través de puntos y zonas de libre conectividad.

Es importante recordar el impacto de Internet y las redes sociales, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INDEC) a diciembre 2021:

64,2% de los hogares contaban con acceso a computadora,
90,4% con acceso a Internet,
42,3% de la población utiliza computadora, y
87,2% utiliza Internet.

Las estadísticas de redes sociales relevadas indican 39.55 millones de usuarios de redes sociales para enero 2022 (equivale a más del 83% del total de la población). Aunque este valor no representa individuos en sí, por las limitaciones de edad de algunas redes que obligan a los mayores a representarlos, los usuarios de redes sociales en Argentina aumentaron 3.6 Millones o sea 10% de crecimiento entre 2021 y 2022.

Cantidad de usuarios en las redes en Argentina a comienzos de 2022:

Facebook 28.40 M (casi 75% de usuarios de Internet),
Instagram, 24.70 M (65% de usuarios de Internet o 54% de la población),
Twitter: 5.90 M de usuarios (15.5% de los usuarios de internet o 12.9 % de la población).

Conexión a celulares: 56.28M, 122.9% de la población (debido a que usan más de un aparato para trabajar, para uso personal, etc.). Entre 2021 y 2022 crecieron 3.4% las conexiones por celular, preferidas frente a las computadoras de escritorio.

En orden decreciente en el país, los sitios webs más visitados son: Google, Facebook, Youtube, MercadoLibre, Infobae, Instagram, xvideos, Clarín, Wikipedia, Ole, La Nación, Whatsapp, Twitter.

Para completar, la escucha de contenidos de audio para usuarios de Internet de 16 a 64 años asigna casi el 17% a los *podcasts*.

Desafiante contexto de desigualdad tecnológica, brecha y realidades provinciales

En las últimas décadas desde el gobierno se han desarrollado iniciativas tendientes a reducir la brecha digital, sea a través de la incorporación a la educación pública con el programa Conectar Igualdad y Conectar Escuelas, con la declaración de servicio público (aun resistida por las empresas de mayor importancia) y con la provisión directa de servicios, como en el caso de la provincia de San Luis en la región centro/oeste del país.

En 2010 en el ámbito de la Administración Nacional de la Seguridad Social, se creó el Programa Conectar Igualdad: se proporcionó computadoras a cada alumno y docente de educación secundaria de escuelas públicas. Se capacitó a los docentes en el uso de

dicha herramienta y propuestas educativas con el objeto de favorecer la incorporación de las mismas en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

La siguiente gestión lo modificó, transfiriéndolo al área del Ministerio de Educación y el Plan Aprender Conectados buscó dotar a los establecimientos educativos oficiales del equipamiento tecnológico. Finalmente, el Decreto 11/22 retoma la política de inclusión digital de alcance federal que contempla la distribución de material educativo y tecnológico y el despliegue de acciones de conectividad. Busca recuperar y valorizar la escuela pública con el fin de reducir las brechas digitales, educativas y sociales en todo el país. Además de la distribución de netbooks, existe una plataforma digital asociada al programa con contenidos educativos abiertos, creados colaborativamente por todas las provincias del país, y un sistema de aulas virtuales para que los docentes preparen sus clases por internet (Conectar Escuelas).

Paralelamente a la pandemia, el gobierno nacional declaró como servicios públicos esenciales los servicios de tecnologías de la información y comunicaciones TIC y suspendió aumentos de precios, a través del Decreto de Necesidad y Urgencia 690/20. Se creó la Prestación Básica Universal (PBU) tarifa social de la conectividad, para familias en condiciones de vulnerabilidad social. El derecho de acceso a Internet es, en la actualidad, uno de los derechos digitales que posee toda persona con el propósito de ejercer y gozar del derecho a la libertad de expresión y la ONU expresó en diversos documentos la relevancia de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para el desarrollo de una sociedad más igualitaria y la importancia de que a todas las personas les sea garantizado su acceso a las mismas.

Las TIC son indispensables, mucho más desde la pandemia. Para realizar trámites, notificarse de pagos y fechas de vacunación, para el trabajo o teletrabajo, la educación, la salud y las relaciones sociales y recreativas, estos servicios resultan esenciales.

Sin embargo, desde 2021, dicha norma no alcanza a Telecom, Telefónica y Claro, por estar amparadas por medidas judiciales que priorizaron la libre competencia frente a la sujeción regulatoria del derecho administrativo, y por lo tanto pueden aplicar aumentos superiores a los que estima el gobierno.

La desigual penetración regional de Internet era el fundamento principal del proyecto del gobierno. La brecha digital también se manifiesta en aspectos como la salud y la educación y por estas razones se establece que podían establecerse a título precario exenciones o reducciones de tasas, tarifas y gravámenes y serán especialmente tenidos en cuenta aquellos prestadores de servicios de TIC que brinden acceso a contenidos educativos y de salud.

De las 24 jurisdicciones provinciales, hay 7 con más de un tercio de los estudiantes sin acceso a internet en su hogar: Santiago del Estero, Formosa, San Juan, Catamarca, Misiones, Chaco, Corrientes y Salta. En el otro extremo se encuentran las jurisdicciones donde el déficit se reduce a valores inferiores al 8%: Ciudad de Buenos Aires, La Pampa y Tierra del Fuego.

El resultado hace visible una dimensión poco explorada de la desigualdad estructural y la inequidad de la infraestructura digital en el país, que se profundizó con la pandemia: la vulneración del derecho al acceso a Internet y a la tecnología digital. La realidad de muchos habitantes es que casi la mitad depende del acceso a los datos del celular para poder navegar por Internet.

Según datos de la Cámara Argentina de Internet, CABASE, de las 2.618 localidades con acceso a Internet 34% cuentan con acceso alámbrico, 20% inalámbrico y 46% con ambos tipos de tecnología. De esas localidades solo un 30% (781) cuentan con opción de acceso por fibra óptica, situación que muestra el largo camino por recorrer en materia de desarrollo de la conectividad y la mejora de las redes.

En la misma línea, datos publicados por el Ente Nacional de Comunicaciones, ENACOM, expresan la fuerte disparidad en la penetración de Internet fijo en los hogares. Así, mientras en Buenos Aires llega al 106%; en Corrientes, Catamarca, Chaco y Formosa rondan entre 38 y 30%.

Para lograr inclusión social a través de las TIC, es relevante el caso innovador de la provincia de San Luis. En 2011 incorporó el art. 11 bis a su Constitución provincial reconociendo todos los derechos y garantías de la Constitución Nacional como un piso, por sobre el cual estableció mayores derechos y garantías: Todos los habitantes de la provincia, gozan de los Derechos de Inclusión Social y de Inclusión Digital como nuevos derechos humanos fundamentales.

Para concretarlo se creó la Autopista de la Información, el Data Center y la conexión al servicio de wifi gratuito a sus habitantes. En lo que respecta a conectividad, en la provincia hay internet gratuito prácticamente en todas partes. Se instalan y actualizan antenas y servidores en las diferentes ciudades y localidades. Se fomenta la formación en TICs y la entrega de dispositivos *tablets* y computadoras a niños, adolescentes; y jubilados. Complementariamente se incorporó el plan "San Luis a Mil", servicio estatal de internet de alta velocidad a un costo accesible para usuarios domiciliarios y comerciales.

Esta política, denominada San Luis 4.0 cuenta con el tendido de fibra que supera 4500 km, 1600 antenas o puntos de acceso en ciudades y parajes y zonas rurales (algunos sin suministro eléctrico, recibieron paneles solares para alimentar antenas y dispositivos). A la red se conectan 130.000 hogares, con 95% de índice de penetración. La velocidad promedio es entre 25 y 50 Mbps, apropiada para el uso cotidiano. Para quienes necesitan mayores velocidades (comercios o teletrabajo) el Plan San Luis a Mil con tecnología FTTH (Fibra hasta el Hogar) a una velocidad de 1000 Mbps por menos de la mitad de las tarifas habituales en Buenos Aires.

Conclusiones

En el marco de este acceso dispar y heterogéneo, los esfuerzos y los logros del AGN a través de las redes son un indicador de la preocupación por acercarse a la ciudadanía.

En agosto de 2022, se ha debatido abiertamente sobre estos aspectos en las jornadas de reflexión Saberes y Experiencias del AGN, en su 201° aniversario:



Las redes aumentaron su operatividad y amplifican el alcance del Archivo. La capacidad de los 10.000 m2 del nuevo edificio de 30 depósitos y tecnología de última generación; la importante inversión financiada por el gobierno nacional y el CAF, el Banco de Desarrollo de América Latina y el empuje de los 120 empleados llegan donde los usuarios se encuentren. Este acercamiento es posible porque se cumplen todas las funciones que refleja el gráfico del iceberg y el proceso de digitalización en curso con 100% del archivo filmico, 60% de fondos sonoros y 20% del fotográfico.

Desde la plataforma <https://agnbicentenario.mininterior.gob.ar/web/ingresar> el acceso es democrático, no únicamente para todos los argentinos, como requiere la reglamentación, sino que habilita el ingreso a todos los mayores de 18 años que puedan consignar un número de pasaporte, alcanzando a los investigadores del exterior. Ese es el camino para el público ya informado.

Para quienes nunca se habían acercado al Archivo, las redes han realizado un importante trabajo de difusión y construcción histórica de identidad, memoria y derechos. Muchos de los seguidores en redes no han consultado aún al AGN, ni han visitado sus instalaciones sitas, como el gobierno central, en la ciudad de Buenos Aires.

Acortando la brecha digital, el AGN en las redes es capaz de alcanzar a nuevos futuros usuarios, más allá de historiadores e investigadores, democratizando y federalizando su acervo.

Con la gestión se busca ubicar al Archivo en el corazón de la transformación digital de la administración para:

- Sensibilizar a la sociedad, su rol como institución de memoria
- Democratizar el saber en la sociedad
- Crear estructuras y procesos para alcanzar las necesidades de personas usuarias

A tales fines coadyuvan los esfuerzos realizados en las redes sociales creando contenidos de difusión que hace interesante acercarse al AGN, fomentando un ida y vuelta con los usuarios reales y potenciales.

Es importante recordar que las redes sociales permiten transmitir mensajes institucionales y construir valores y posiciones en temas de interés para el Archivo y también para la ciudadanía en general.

El trabajo de comunicación con posteos y presencia constante ha tenido un impacto fuerte. Haber alcanzado a través de las redes a casi 800.000 personas (aunque pueden estar replicados los usuarios en las diferentes redes) es un logro muy importante que simultáneamente genera responsabilidades.

Los contenidos transmitidos por las redes a los seguidores, a través de imágenes tienen por su carácter de incorporación más intuitiva la cualidad de generar identidad nacional para muchas generaciones que tal vez no se hubieran acercado a los servicios tradicionales de un archivo.

A 201 años de su creación, el AGN refuerza su compromiso por fortalecer, modernizar y abrir a toda la ciudadanía el acceso a los documentos que hacen a la historia, la memoria y los derechos de todos. Acercarse digitalmente es un paso importante al que se dedican recientemente recursos institucionales y los resultados son valorados por la ciudadanía.

Fuentes consultadas (entre julio y agosto 2022)

www.argentina.gob.ar/interior/archivo-general <https://www.instagram.com/agnargentina/>

Informes y análisis propios de comportamientos de las redes oficiales del AGN.

Digital 2022 Global Overview Report Informe Digital 2022 elaborado por We are social y Hootsuite. Puede leerse online en <https://datareportal.com/reports/digital-2022-argentina>

<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel3-Tema-4-26>

<https://censo.gob.ar/index.php/censo-2022-resultados-provisorios/>

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/235000-239999/239771/norma.htm>

<https://www.iprofesional.com/tecnologia/345403-punto-por-punto-del-proyecto-internet-como-servicio-publico>

Ley Argentina Digital 27.078 de 2014 y el posterior DNU 267/2015.

Programa Conectar Igualdad: Decretos 459/10, 76/11, 1239/16, 11/2022.

<https://agenciasanluis.com/notas/2022/08/10/mas-de-45-mil-personas-eligen-la-ulp-virtual-para-sus-estudios-universitarios/>

<https://a1000.sanluis.gov.ar/> <https://agenciasanluis.com/notas/tag/autopista-de-la-informacion/>

<https://bit.ly/SonAR-AGN>

<https://www.telam.com.ar/notas/202107/562001-archivo-general-de-la-nacion.html>