

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SEDES SAPIENTIAE**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**



**Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin**

**Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ARCHIVÍSTICA Y GESTIÓN  
DOCUMENTAL**

**AUTORA**

**Sonia Berrocal Quijhua**

**ASESOR**

**Carlos Augusto Luy Montejo**

**Lima, Perú**

**2023**

## METADATOS COMPLEMENTARIOS

### Datos del autor

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	
Número de Orcid (opcional)	

### Datos del asesor

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	
Número de Orcid (obligatorio)	

### Datos del Jurado

#### Datos del presidente del jurado

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

#### Datos del segundo miembro

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

#### Datos del tercer miembro

Nombres	
Apellidos	
Tipo de documento de identidad	
Número del documento de identidad	

**Datos de la obra**

Materia	
Campo del conocimiento OCDE Consultar el listado:	
Idioma (Normal ISO 639-3)	
Tipo de trabajo de investigación	
País de publicación	
Recurso del cual forma parte (opcional)	
Nombre del grado	
Grado académico o título profesional	
Nombre del programa	
Código del programa Consultar el listado:	

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y HUMANIDADES**

**SUSTENTACIÓN DE TESIS**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS: ARCHIVÍSTICA Y GESTIÓN DOCUMENTAL**

**ACTA N° 015**

Siendo las 10:00 a.m. del día 20 de abril de 2023, la bachiller BERROCAL QUIJHUA, SONIA, rindió la sustentación virtual de la Tesis titulada “Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021”, para optar el Título Profesional de Licenciado en Archivística y Gestión Documental.

Habiendo concluido los pasos establecidos según el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Católica Sedes Sapientiae para la modalidad de Tesis, el Jurado Calificador a horas 11:00 a.m. le dio el calificativo de:

**APROBADO**

Es todo cuanto se tiene que informar.



Aldo Rafael Medina Gamero



Rodolfo Eloy Tolentino Escarcena



Aída Luz Mendoza Navarro

Los Olivos, 20 de abril de 2023

**Anexo 2**

CARTA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR(A) DE TESIS CON INFORME DE EVALUACIÓN DEL SOFTWARE ANTIPLAGIO

Ciudad, Lima 07 de septiembre de 2023

Señora,  
MARIETTA SOCORRO ARELLANO CABO  
Decana(e)  
Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades

Reciba un cordial saludo.

Sirva el presente para informar que la tesis, bajo mi asesoría, con título: Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021, presentado por BERROCAL QUIJHUA, SONIA (código de estudiante 2013200370 y DNI 71737381) para optar el título profesional/ grado académico de LICENCIADO EN ARCHIVÍSTICA Y GESTIÓN DOCUMENTAL ha sido revisado en su totalidad por mi persona y **CONSIDERO** que el mismo se encuentra **APTO** para ser sustentado ante el Jurado Evaluador.

Asimismo, para garantizar la originalidad del documento en mención, se le ha sometido a los mecanismos de control y procedimientos antiplagio previstos en la normativa interna de la Universidad, **cuyo resultado alcanzó un porcentaje de similitud de 16 %** (poner el valor del porcentaje).\* Por tanto, en mi condición de asesor(a), firmo la presente carta en señal de conformidad y adjunto el informe de similitud del Sistema Antiplagio Turnitin, como evidencia de lo informado.

Sin otro particular, me despido de usted. Atentamente,



Firma del Asesor (a)

DNI N°: 40697733

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6998-0930>

Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades

\* De conformidad con el artículo 8°, del Capítulo 3 del Reglamento de Control Antiplagio e Integridad Académica para trabajos para optar grados y títulos, aplicación del software antiplagio en la UCSS, se establece lo siguiente:

Artículo 8°. Criterios de evaluación de originalidad de los trabajos y aplicación de filtros

El porcentaje de similitud aceptado en el informe del software antiplagio para trabajos para optar grados académicos y títulos profesionales, será máximo de veinte por ciento (20%) de su contenido, siempre y cuando no implique copia o indicio de copia.

## **Título**

Marketing digital para la difusión del archivo personal de  
Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima-2021

## **DEDICATORIA**

A mis padres: Ricardina y Ofelio

A mis hermanos: Víctor Raúl, Lidia y Virginia

A mi sobrina: Luz Viviana

A mi hija: Tirzah Soan

## AGRADECIMIENTOS

A los docentes de la UCSS de la especialidad de Archivística y Gestión Documental por sus valiosas enseñanzas desde mi etapa universitaria. Por haber despertado e inspirado en mí el ímpetu de la investigación, del constante aprender.

A mi asesor de tesis Dr. Carlos Augusto Luy Montejo por su labor docente, por compartir sus conocimientos, por la meticulosidad en cada etapa de la investigación y por alentarme e inspirarme a proseguir en el camino de la investigación.

A Mariana Mould de Pease, Ana Torres y Dora Palomo por su valiosa colaboración.



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación presenta una propuesta de aplicación del marketing digital para un archivo personal. En ese sentido, se enfocará en responder al problema de investigación: ¿cómo el marketing digital puede aplicarse para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen?. El estudio de investigación planteó como objetivo analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen. La metodología de investigación partirá de un enfoque cualitativo de alcance descriptivo básico, que se enmarcará en un diseño de estudio de caso. La muestra estuvo constituida por tres profesionales relacionados al ámbito archivístico: dos profesionales de archivo y uno de historia. La técnica de muestreo que se empleó fue de tipo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos, se aplicó la técnica de la entrevista cuyo instrumento fue una guía de entrevista que permitió recopilar y extraer información relevante para la investigación. Asimismo, la validez se desarrolló mediante el juicio de expertos respaldado por tres especialistas: dos expertos metodólogos del Departamento de Investigación de la UCSS y un docente especialista del área de archivística y gestión documental. En base a esta información se describió, analizó y coligió sobre la importancia de la propuesta: conocer cómo se podría aplicar el marketing digital en el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen. Con esto se abre la posibilidad de generalizar su empleo a otros archivos similares.

***Palabras claves:*** Marketing digital, archivos personales; difusión; Franklin Pease.

## ABSTRACT

This investigative study will present a proposal for the application of digital marketing on a set of personal archive. In that sense, it will focus on responding to the research problem: How can digital marketing be applied for the dissemination of Franklin Pease García-Yrigoyen's personal archive. The objective of this investigative study will be to analyze the application of digital marketing for the dissemination of Franklin Pease García-Yrigoyen's personal archive. The research methodology will start from a qualitative approach with a basic descriptive scope, which will be framed in a case study design. The sample will be made up of three professionals related to the archivist discipline: two archival professionals, and one historian. The sampling technique to be used will be non-probability convenience sampling. For the collection of data, the interview will be applied as a technique, based on an interview guide, which will allow the collection and extraction of relevant information for the investigation. Likewise, the validity will consist of an expert judgment type, supported by three specialists, two of whom will be expert methodologists from the UCSS Research Department and a specialist archivist and professor in the area of Archive and Records Management. Based on this information, the data will be described, analyzed and collected on the importance of the proposal: to know how digital marketing could be applied to the personal files of Franklin Pease García-Yrigoyen, and how its use can also be generalized to other similar archives.

**Keywords:** Digital marketing, personal archive; diffusion; Franklin Pease.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS .....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ÍNDICE .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	9
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>11</b>
1.1 Planteamiento del problema .....	11
1.2.1 Problemática internacional.....	12
1.2.1 Problemática nacional.....	14
1.2.1 Problemática local.....	15
1.2 Formulación del problema.....	17
1.2.1 Problema general .....	17
1.2.2 Problemas específicos.....	17
1.3 Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos .....	18
1.4 Justificación.....	18
1.4.1 Justificación teórica .....	18
1.4.2 Justificación metodológica.....	19
1.4.3 Justificación práctica.....	20
1.4.4 Justificación social .....	20
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>22</b>
2.1 Antecedentes.....	22
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	22
2.1.2 Antecedentes nacionales .....	26
2.2 Bases teóricas .....	30
2.2.1 Marketing digital para la difusión en archivos .....	30
2.2.2 Archivos personales .....	32
2.3 Definición de términos básicos.....	48
<b>CAPÍTULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>52</b>
3.1 Enfoque de la investigación.....	52
3.2 Alcance de la investigación .....	52
3.3 Diseño de la investigación.....	53

3.4 Descripción del ámbito geográfico.....	54
3.5 Sistema de variables .....	55
3.5.1 Definición conceptual .....	55
3.5.2 Definición operacional.....	56
3.6 Delimitaciones .....	56
3.6.1 Temática.....	56
3.6.2 Temporal.....	57
3.6.3 Espacial.....	57
3.7 Limitaciones .....	57
3.8 Población y muestra.....	58
3.8.1 Población.....	58
3.8.2 Muestra .....	58
3.9 Técnica e instrumento de recolección de datos .....	60
3.9.1 Técnica.....	60
3.9.2 Instrumento .....	60
3.10 Validez.....	61
3.11 Plan de recolección y procesamiento de datos .....	62
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.....	63
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES.....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
ANEXOS.....	95

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1.....	64
Tabla 2.....	66
Tabla 3.....	67

## INTRODUCCIÓN

La presente propuesta de investigación tiene como título *Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen*. Partiendo de este tema, el marketing digital en el contexto de la Archivística se refiere a todas las actividades o procesos de gestión de archivos encaminados a establecer acciones de marketing. Se vale para ello de plataformas digitales como sitios web o blogs, redes sociales, e-mails, podcasting u otros que se orienten en establecer relaciones sólidas de comunicación e interacción con los usuarios (Chaffey y Ellis-Chadwick, 2014).

La investigación comenzó con un planteamiento general para analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal del historiador Franklin Pease, fallecido el 13 de noviembre de 1999. Partiendo de este objetivo es que se disgregaron tres enunciados específicos referidos a los archivos personales, para luego conocer al público objetivo al que se pretende difundir el archivo, y finalmente describir las estrategias que podrían implementarse para su difusión.

El contexto de la crisis sanitaria ha intensificado el uso del marketing digital en distintos ámbitos para difundir productos o servicios y, llegar de forma efectiva a más usuarios que utilizan dispositivos tecnológicos; lo que marca un antes y después en el panorama de difusión en los archivos con respecto al uso de herramientas digitales, estrategias de comunicación, técnicas de promoción, formas de acceso y prácticas de gestión para su ejecución en las distintas instituciones.

En esta línea, el marketing digital se amplía más allá del marketing en internet. Esto hace que se incluyan medios como dispositivos móviles, redes sociales, marketing tradicional, publicidad gráfica, buscadores, etc. A través de las distintas formas de canales digitales, los usuarios remotos acceden a la información archivística desde cualquier espacio y en el momento que lo requieran. Por ello, la integración de canales de difusión en los archivos bien

sea en espacios físicos o virtuales es esencial para que los usuarios no solo confíen en los productos y servicios que se ofrecen; sino también sirve para conocer la retroalimentación entre otros usuarios, opinión de otras instituciones, etc. (Merisavo et al., 2004 como se citó en Yasmin et al., 2015).

El contenido se organizó con base en cinco capítulos: el problema de investigación, marco teórico y los aspectos metodológicos. En el primer capítulo, referido al problema de investigación, se abordó el planteamiento y formulación del problema; además se determinaron los objetivos generales y específicos, así como la justificación teórica, metodológica, práctica y social; resultados y conclusiones de la investigación.

El segundo capítulo presenta el marco teórico, donde se explican los antecedentes nacionales e internacionales de la investigación para luego dar paso al sustento con las bases teóricas que contempla los temas directamente vinculados: marketing digital para la difusión en archivos, archivo personal, público objetivo y estrategias de difusión. Por último, se presentan la definición de términos básicos.

El tercer capítulo desglosa los aspectos metodológicos referidos al enfoque, alcance y diseño de la investigación. Se incluyen la descripción del ámbito geográfico, el sistema de variables conformados por la definición conceptual y operacional, así como las delimitaciones respectivas. Además, se expone la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez del instrumento y el plan de recolección y procesamiento de datos. Se finaliza con la presentación de la bibliografía, los anexos de matriz consistencia y operacionalización de variables que complementan el sustento del trabajo de investigación.

El capítulo cuatro presenta el desarrollo de investigación, el cual muestra los resultados del instrumento empleado, así como la información que se obtuvo.

Por último, el capítulo cinco esta referido a la discusión, las conclusiones y recomendaciones, los que se propusieron luego del abordaje prolijo del trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Planteamiento del problema**

Actualmente, la utilización del marketing digital como estrategia de comunicación a través del uso de internet y medios digitales está siendo muy aprovechada en distintas disciplinas como Archivística, Museología, Bibliotecología, Ciencias de la Información, entre otras para difundir, potenciar o consolidar un producto o servicio. En este sentido, el marketing digital también puede ser aplicado en las distintas unidades de información: archivos en general, archivos personales o bibliotecas; ya que, se convierte en una herramienta necesaria que brinda y/o facilita el acceso a los servicios virtuales, y, por ende, al acervo documental, permite establecer nuevos canales de comunicación para la difusión como Facebook, Youtube, blog, Email, entre otros. De igual manera, posibilita construir relaciones de comunicación e interacción con usuarios reales y potenciales, lo que contribuye a promover y/o afianzar los vínculos entre los usuarios y el archivo (Giroto y Formentini, 2018; Carneiro et al., 2020).

El marketing digital no está muy difundido entre los archivos; debido a que la falta de personal especializado en esta área ha sido una barrera para iniciar, aplicar y/o potenciar al máximo su inclusión. En consecuencia, se desconoce cómo planificar, aplicar o adecuar estrategias para los distintos usuarios de información. Sumado a ello, muchos archivos carecen de herramientas de difusión y comunicación en redes sociales o en todo caso, si las tiene no las consolidan como tal.

Otro punto, es que no se disponen de recursos tecnológicos para poder brindar servicios virtuales y/o acceso a fondos digitalizados; siendo esta actividad un proceso de gestión archivístico que requiere un esfuerzo y compromiso constante de todas las áreas del archivo.



### ***1.2.1 Problemática internacional***

Con respecto a lo planteado por Carneiro et al. (2020) sobre la problemática del Archivo Privado Afonso Pereira (Paraíba), se identificaron amenazas como el desinterés de la sociedad con las colecciones y la información que retratan la historia y la cultura de un Estado, indiferencia del gobierno para generar alianzas que promuevan la difusión y ampliación para el acceso al archivo; alto costo de materiales que promuevan el mantenimiento y conservación de la colección. Además, existen debilidades por lo que el archivo es poco divulgado, no se dispone de un archivero responsable del acervo; cuenta con pocos empleados.

A nivel general, considerando el contexto de la crisis sanitaria, las dificultades y/o carencias se han reflejado con mayor notoriedad en los archivos; por lo tanto, se han tenido que reinventar, reelaborar ideas y conceptos tradicionales para enfocarse en dar una respuesta rápida ante las nuevos requerimientos, reconectarse e interactuar con los usuarios a través de plataformas de comunicación digitales o herramientas interactivas para difundir y/o facilitar el acceso a los fondos documentales; lo que ha conllevado que sobre la marcha se presenten planes de marketing, digitalización de los acervos y planes de contingencia en los archivos en general.

La problemática en el contexto internacional sobre el marketing digital en los archivos que podría presentarse es que se demanda un mayor esfuerzo y sinergia por parte de los archivos y las instituciones involucradas para generar una continua interactividad personalizada en los distintos canales electrónicos, una mayor visibilidad y conectividad; lo que supone un mayor presupuesto, personal especializado en estrategias de difusión en ambientes digitales como las redes sociales y sitios webs. Adicionalmente, estas herramientas cada cierto tiempo deben contar con un seguimiento continuo para actualizarse, reevaluarse y renovarse para que el archivo mantenga su presencia digital. Además, en cuanto al contenido virtual, revisar periódicamente la disponibilidad y recuperación de los recursos de información digitales para que respondan con nuevas ofertas de información para los usuarios.

Complementado lo expuesto líneas arriba, Portela et al. (2020) señalan que los archivos personales de las instituciones públicas y privadas enfrentan de diversas formas su custodia, disposición y servicio a los usuarios. La cualidad singular de los fondos documentales y las diversas instituciones crean un contexto híbrido; ya que, los documentos están repartidos, dispersos e ilocalizables. Siendo los principales desafíos que tienen: la inexistencia de un censo, los problemas legales por su carácter privado y la ausencia de instrumentos de descripción archivística que se ajusten a la casuística de los archivos personales.

Otro punto relacionado a lo anterior es que en la realidad actual muchos de los archivos no consideran trascendente destinar una partida de su presupuesto en el rubro de marketing que les permita iniciar, mantener, consolidar o posicionar su imagen social con los ciudadanos; todas estas amenazas influyen para que el marketing no sea considerado de forma holística en los archivos; es decir, como pieza para generar engranaje y visibilidad al interior de las instituciones y hacia la ciudadanía.

Con respecto a lo antes mencionado, Silva y Pontes (2017) exponen cómo el marketing no se aplica en el Archivo Sectorial del Centro de Ciencias Humanas, Letras y Artes de la Universidad Federal de Paraíba (CCHLA/UFPB) debido a factores internos en la institución. Para ello, se realizó un cuestionario a los archivistas, dando como resultados que no hay adopción de la filosofía de marketing ni de implementación de herramientas de marketing, de modo que el marketing no forma parte del planeamiento del Archivo. En el año 2016 y 2017 esa realidad fue justificada por coyunturas institucionales como jubilaciones y licencias, falta de recursos, visibilidad de condiciones mínimas para la implementación de estrategias de marketing en los archivos de instituciones públicas.

Como se ha señalado en la cita anterior, además se observa que en los archivos desconocen sobre el uso del marketing digital como herramienta generadora de valor para visibilizar los recursos y servicios a la comunidad; lo que conlleva a que los servicios

archivísticos se tornen deficientes y estáticos, y que las necesidades de información de los usuarios no respondan a los criterios mínimos de calidad en la atención del servicio. Por ello, es que la imagen del archivo puede concebirse como espacios poco atractivos que solo se limitan en brindar servicios tradicionales, en donde los acervos documentales se custodian con muchas restricciones. Asimismo, antes de la pandemia, no todos los archivos desarrollaron servicios alternativos o complementarios a los tradicionales, que tomen en cuenta las Tecnologías de Información y Comunicación, y es aquí donde el marketing digital puede coadyuvar a cambiar la imagen de los archivos.

En ese mismo orden, Bragança y Zaccaria (2016) exponen que la carencia de herramientas de marketing en un archivo, no permitirían lograr aportes relevantes en cuanto a la difusión de sus acervos, productos y servicios de atención; lo que influye en la gestión de recursos financieros.

### ***1.2.1 Problemática nacional***

En relación con el contexto peruano, en el conversatorio del Archivo General de la Nación (AGN, 1 de setiembre de 2021) se explica sobre los archivos personales presidenciales, que en el Perú no existen como tal. En este sentido hace falta consolidar los fondos documentales de presidentes. Además, el Archivo General de la Nación (AGN) debe contar con un espacio para que los gobernantes presidenciales una vez que termine su periodo; entreguen la información y documentos producidos en su gestión. Esto se podría formalizar y organizar de forma similar a las leyes que en su totalidad pasan al AGN al culminar un mandato presidencial. Asimismo, señala que hay una delgada línea entre la correspondencia oficial y personal, ya que se presentan situaciones en que los archiveros desconocen si los documentos son solo personales o fueron generados a partir de una gestión presidencial.

Mayorga (2019) argumenta que la difusión de archivos se dificulta por la ausencia de capacitación y/o conocimientos en gestión documental que incide directamente en la

organización, extravío de documentos, falta de un proceso de gestión documental; lo que a corto o largo plazo conlleva a no contar con un archivo moderno con las tecnologías adecuadas.

En la misma línea, sobre los problemas que afrontan las unidades de información dentro de las instituciones, Collazos (2014) señala que la baja asistencia de los usuarios graduados de ESAN/Cendoc quizás sea la carencia de programas de difusión dirigido a los usuarios; por ello los recursos y productos se desconocen y no son aprovechados. Si esta situación persiste, conllevaría a que todos los esfuerzos que se inicien para crear nuevos productos y servicios no podrían ser utilizados por los usuarios.

Por otro lado, Mould (1999), viuda del historiador Franklin Pease e investigadora en patrimonio cultural, menciona que los archivos y bibliotecas públicos y privados cuentan con poca atención del Estado, por lo que las colecciones reunidas por los historiadores se han diseminado, pues muchos herederos han puesto a la venta obras de manera fragmentada. Siendo escasas las bibliotecas y archivos que se han mantenido integradas como fondo documental lo cual infringe el Art. 20 de la ley 28296 de Patrimonio Cultural de la Nación, donde se indica que no se puede desmembrar un bien cultural; en razón de que las instituciones que las reciben en su mayoría los incorporan como parte del acervo bibliográfico de forma genérica, pues carecen de espacios o de comprensión del impacto de la individualidad en los estudios históricos. Si bien la cita es de muchos años atrás, la problemática referida aún continúa vigente.

### ***1.2.1 Problemática local***

En Lima, la problemática que podría presentarse en los archivos personales de interés público con relación a la difusión es que muchos de ellos se desconocen y algunos no tienen visibilidad en los espacios físicos de las instituciones que los albergan, permaneciendo en la mayoría de los casos en la inactividad y reposo a través del tiempo. Asimismo, no se cuenta con un censo oficial a nivel local, regional o nacional de los archivos personales que se encuentran en las diversas instituciones culturales (bibliotecas, archivos, entidades

gubernamentales, universidades, etc.) o familias que los custodian.

Por otro lado, son escasos los intentos aislados de algunas universidades o instituciones culturales que han contemplado planificar una adecuada gestión archivística institucional que tome en cuenta sus particularidades documentales como tal, su difusión, acceso y consulta. Siendo así que en muchos archivos en general no cuentan con un área de difusión o de marketing como tal, por lo mismo que carecen de un plan operativo específico que contemplan y articulen estrategias de difusión desde la perspectiva del marketing. Sin embargo, es interesante resaltar a nivel de Lima el caso del archivo personal de José Carlos Mariátegui y el archivo particular del presidente Augusto B. Leguía (Ministerio de Relaciones Exteriores) que cuentan con plataformas virtuales para acceder y consultar de forma digitalizada los fondos documentales respectivos.

Tomando en consideración la situación problemática a nivel nacional, es que se detalla la realidad de la problemática en el ámbito local, las que se muestran en las siguientes líneas. En la mesa de diálogo de La Casa de la Literatura Peruana (04 de agosto de 2021) se expone el caso de los archivos personales de artistas del Museo de Arte de Lima, y se menciona que éstos desafían los procesos archivísticos por la naturaleza de la documentación producida, puesto que muchos son fuentes de carácter confidencial. Un ejemplo de ello es la serie de correspondencia que surgieron inicialmente dentro de un ámbito privado, pero que con el transcurrir del tiempo han adquirido un interés público. En ese sentido, puede haber algunas restricciones parciales o totales que dificultan el acceso y consulta a determinados documentos por parte de los usuarios.

En base a lo señalado en los párrafos anteriores, la problemática que se percibe con respecto a la difusión del archivo personal del Dr. Franklin Pease (1939-1999), archivo conformado por distintos documentos personales generados en el transcurso de sus actividades como destacado historiador, docente e investigador, es que éste se limita a un grupo de investigadores y especialistas. Considerando el contexto actual de la digitalización y virtualidad

en los archivos, se podría promover una mayor difusión si se hiciera uso del marketing digital para que el archivo cobre mayor relevancia y visibilidad a través de medios digitales. Por ello, es importante que las instituciones vinculadas a la protección del patrimonio documental y bibliográfico articulen estrategias de difusión para los archivos personales. En ese marco, el problema de investigación en mención realiza una propuesta de cómo se podría aplicar el marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen.

Con base a lo expuesto líneas arriba sobre la situación problemática descrita, se formulan las preguntas de investigación compuestas por la pregunta general y las específicas:

## **1.2 Formulación del problema**

A partir del problema presentado se formulan la pregunta general y las preguntas específicas.

### ***1.2.1 Problema general***

- ¿Cómo el marketing digital se puede aplicar para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen?

### ***1.2.2 Problemas específicos***

- ¿Cuál es el conocimiento que se tiene sobre el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen?
- ¿Quiénes son el público objetivo al que se pretende difundir el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen?
- ¿Cuáles son las estrategias que deberán ser implementadas para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

Partiendo de la formulación del problema de investigación, se plantean los objetivos de la investigación, los cuales se estructuran en un objetivo general y tres específicos.

### **1.3.1 *Objetivo general***

- Analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021.

### **1.3.2 *Objetivos específicos***

- Identificar el conocimiento que se tiene sobre el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen, Lima 2021.
- Conocer al público objetivo que le pueda interesar el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021.
- Describir las estrategias para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen, Lima 2021.

## **1.4 Justificación**

La investigación tuvo como propósito analizar el empleo del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen. El tema del marketing digital, en la actual coyuntura, es un área que ha sido protagonista, lo que ha repercutido en la forma de comunicación y difusión en los archivos. Además, el marketing digital, en el contexto de la globalización y los cambios tecnológicos de hoy en día han acelerado el diseño y la implantación de actividades, recursos, servicios en plataformas digitales. Por consiguiente, a continuación, se presentan la justificación según los diversos tipos.

### **1.4.1 *Justificación teórica***

La investigación se justifica en el ámbito teórico porque el marketing digital aporta, provee e impregna en las unidades de información como archivos en general, archivos personales y bibliotecas de herramientas interactivas para la difusión en las redes sociales: Facebook, Youtube, Blog, Plataformas, etc.

Con relación con este punto, Aparecida y Pinto (2018) exponen que la promoción de los servicios y fidelización de los usuarios conllevan a una reflexión sobre los servicios de difusión en los archivos, lo que trae un nuevo concepto en la archivística: el marketing.

Dentro de este orden, Arias (2014) señala que el marketing digital se centra en el uso de las tecnologías de la información y comunicación para crear, comunicar y entregar productos de información específicos a los usuarios, que permitan valorar la gestión de proceso de relaciones con los usuarios.

Por último, es conveniente ampliar el panorama en base a los dos conceptos señalados líneas arriba, que la nueva normalidad surgida a raíz del contexto de la pandemia, impulsaron en los archivos el uso masivo de las TIC, así como de actividades disruptivas que llevaron a replantear sus funciones y dinámica de trabajo para impulsar su rol en un nuevo escenario; siendo el marketing la herramienta base para comunicar y/o difundir los servicios de información a la comunidad de usuarios.

El marketing digital en los archivos en general y en los archivos personales es un campo que no se ha profundizado teóricamente en los archivos. En este sentido la investigación permitirá aportar en este punto en cuanto a la teoría y reflexión.

#### ***1.4.2 Justificación metodológica***

El diseño de la investigación es un estudio de caso, que utiliza como instrumento una guía de entrevista. Se optó por el estudio de caso porque va a permitir enfocarnos y/o profundizar en la categoría principal: marketing digital para la difusión del archivo de Franklin Pease. A través de la guía de entrevista, se podrán obtener, describir y procesar información relevante sobre el tema planteado para su posterior análisis.

En síntesis, la investigación se justifica metodológicamente, ya que recurre a un enfoque cualitativo, diseño de estudio de caso y se vale como instrumento de una guía de entrevista. Todo el conjunto de la metodología y los resultados obtenidos servirán de información para



plantear nuevos estudios en la que otros investigadores, haciendo uso de investigaciones con enfoque cualitativo, analicen el tema del marketing digital en archivos personales.

### ***1.4.3 Justificación práctica***

Hoy por hoy somos testigos de que los archivos hacen uso intensivo de los canales digitales para comunicar y crear contenidos principalmente a través de Facebook, Youtube, Sitios web, WhatsApp, etc., lo que supone nuevos desafíos en torno a cómo extender, adaptar y replantear los servicios presenciales archivísticos que usaban herramientas tradicionales del marketing y que, antes de la pandemia, se limitaban en su mayoría a un espacio físico para que puedan trasladarse progresivamente de forma parcial, total o híbrida a un escenario virtual marcado por los servicios virtuales y la transformación digital

En ese marco, la investigación desde el punto de vista práctico servirá de referencia para futuros trabajos de investigación que aborden el tema de marketing digital en distintas unidades de información: archivos en general, archivos personales, bibliotecas, etc.

### ***1.4.4 Justificación social***

El trabajo de investigación es importante porque contribuye a que los distintos profesionales vinculados al área de archivos; así como la ciudadanía en general, puedan conocer, reconocer y/o valorar el archivo personal del historiador de Franklin Pease García-Yrigoyen, el investigador de mayor trascendencia y vigencia que ha sentado las bases de estudios andinos.

En ese sentido, es importante que los profesionales vinculados al área de archivos conozcan sobre la relevancia de la obra del historiador Franklin Pease y su archivo personal, puesto que son los intermediarios entre las fuentes de información y la consulta final por parte de los usuarios. Del mismo modo, son los gestores en todo el proceso que implica el tratamiento archivístico documental de fondos personales: adquisición, diversidad de tipos documentales, organización, difusión, conservación, preservación, digitalización, planificación, etc. Además,

el conocimiento de los archivos personales contribuye a que los profesionales involucrados se interesen en las características, singularidad, tratamiento y problemática de estos fondos.

De esta forma, es importante que los estudiantes y/o egresados de la especialidad de archivística y gestión documental, conozcan también de archivos históricos, personales, familiares, etc. para expandir su formación interdisciplinaria y perspectiva profesional, y no solo centren su labor en documentación de tipo administrativa.

Con relación a lo anterior, también resulta esencial que los futuros historiadores, arqueólogos, sociólogos, estudiantes de bachillerato, entre otros conozcan del aporte e impacto social del historiador Franklin Pease (1939-1999) y su contribución a la sociedad. Esta se refleja en la actualidad en su prolija producción bibliográfica y documental archivística sobre estudios referidos a la etnohistoria e historiografía andina, crónicas indígenas, estudios de los incas, fuentes históricas, entre otros que forman parte medular de la memoria colectiva del país; y en base a los que se iniciaron y continúan desarrollándose nuevas investigaciones, obra y aporte que ha sido reconocida a nivel nacional e internacional. Es importante resaltar sus innumerables publicaciones en revistas, periódicos, libros, actas de congresos y contribuciones académicas; fuentes de información que en la actualidad siguen siendo referente y citándose en el campo de la historia y de otras ramas interdisciplinarias.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

Sobre el problema presentado se revisaron fuentes de investigación que guarden relación directa con la categoría principal o subcategorías. Estas son principalmente publicaciones de tesis y artículos de investigación en revistas internacionales, principalmente en portugués. A nivel internacional se seleccionaron estudios sobre marketing en archivos personales y archivos en general, difusión de archivos y archivos personales privados. Estos antecedentes fueron en su mayoría de Brasil, Colombia y México.

A nivel de Perú, no se encontraron trabajos de investigación vinculados a la categoría principal de estudio, pero sí se dispuso de antecedentes referidos a la aplicación del marketing en archivos de instituciones, centros de documentación, bibliotecas y museos.

#### *2.1.1 Antecedentes internacionales*

Bragança y Zaccaria (2016) en un artículo de investigación científica titulado *Gestión de Marketing en Unidades de Información: Estudio de Caso del Centro de Documentación y Archivo de la Cámara Municipal de Piracicaba (SP)* publicado en la Revista *Analisando em Ciência da Informação* de la Universidad Estatal de Paraíba-Brasil tuvo como objetivo debatir sobre la inclusión del marketing como estrategia para la difusión de la colección y servicios en las unidades de información. La metodología se basó en un diseño de caso de enfoque cualitativo, exploratorio y descriptivo de tipo bibliográfico que empleó fuentes de información como artículos científicos y libros. Los resultados demostraron que, por medio de las diferentes herramientas del marketing, el Centro de Documentación y Archivo identificó su misión: el comportamiento del público en la búsqueda de información. La conclusión central del artículo fue que la gestión del archivo debe encontrar herramientas de gestión de marketing para conocer los intereses informacionales de los usuarios; para así generar contenidos relevantes, utilizando medios creativos de comunicación y plataformas de información.

Giroto & Formentini (2018) en un artículo de investigación científica titulado *Estratégia de Marketing Digital para Unidades Informacionais: Estudo dos Websites de Arquivos e Bibliotecas Públicas Estaduais*, publicado en la INCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação de la Universidade de São Paulo expusieron como objetivo revisar la inclusión de estrategias de marketing digital en plataformas web de 13 archivos y 20 bibliotecas públicas de Brasil. La metodología fue de enfoque cualitativo, de tipo descriptivo-explicativo; en el que se utilizó como técnica una búsqueda documental en los sitios webs oficiales, para luego realizar un análisis comparativo, considerando indicadores como atracción de usuarios, actividad de interacción, contenido digital, comunicación, personalización y difusión; los que sirvieron para identificar la disponibilidad de fuentes digitales en los sitios webs. Del resultado de análisis de los indicadores de marketing digital, el que más sobresalió es el de atracción en bibliotecas y archivos, con un 72 % y 70 % respectivamente; sobre la difusión solo el 52 % de los archivos empleó recursos relativos a este ítem, y un 47%, lo utilizó en bibliotecas. Se concluye que en los sitios webs en mención el paradigma de “custodia” se ha transformado para abrirse dando paso al acceso a través de productos y servicios informacionales virtuales. Por otro lado, la investigación evidenció carencias como ausencia de personal, recursos económicos, abandono de sitios web, los que afectan negativamente en el servicio y en la disposición de la información en los sitios webs.

Carreño (2018) en su tesis para optar el título de magíster en historia en la Universidad Nacional Autónoma de México titulada *Los Archivos Privados como Fuente de Información para la Historia* desarrolló como objetivo la relevancia de los archivos familiares, personales y otros tipos de archivos privados como fuentes de información de investigaciones históricas, pues son parte del patrimonio histórico de una nación, siendo el nexo para construir o reconstruir un hecho histórico en el presente con impacto en el futuro. La metodología de trabajo fue de abordaje sistemático, que partió de un modelo de diagnóstico con un enfoque de

propuesta de trabajo que sirvió de guía general con respecto al conocimiento de organización y protección documental, normatividad jurídica, procesos archivísticos, características y tipos de acervos privados históricos; para luego presentar un modelo de servicio de difusión a los investigadores. Sobre los hallazgos, se señaló que en México son cada vez más frecuentes que archivos privados se aperturen para su consulta o se integren a instituciones de índole pública a través de medios legales como donativo, adquisición o comodato, testamento, etc. Además, indicó que muchos de estos acervos privados, una vez incorporados no cuentan con instrumentos archivísticos como guías, inventarios o catálogos que faciliten su acceso y consulta. La conclusión principal a la que se arribó fue que los archivos privados se deben conocer, difundir y ser accesibles para la continuidad de investigaciones históricas, por lo que se debe trabajar en todo el proceso de gestión documental que involucra su tratamiento.

Madrigal (2018) en su tesis para obtener el título de archivista en la Universidad de Antioquía, Medellín-Colombia, titulada *Recomendaciones para la Difusión del Archivo Histórico de Medellín como Aporte a la Divulgación del Patrimonio Histórico y Cultural de la Ciudad*. El autor tuvo como objetivo determinar y analizar las estrategias ejes que actualmente tiene el Archivo Histórico de Medellín (AHM) con respecto a las formas de difusión, para luego proponer recomendaciones. El enfoque abordó la forma cualitativo-cuantitativo, con un diseño de estudio de caso que empleó como técnica una revisión documental y una verificación de las estrategias actuales de difusión versus las que se plantean en base a la revisión bibliográfica, empleando como instrumento un análisis paralelo de comparación de los mismos. Además, se consultó al personal encargado y se analizaron datos de los registros de visitantes. En la medición de los aportes del Archivo con respecto a la difusión de contenidos se usaron las estadísticas internas para conocer los canales de difusión más requeridos y la cantidad de usuarios que consultan en relación los canales que se emplean. Los hallazgos bibliográficos hicieron notar la necesidad de disponer de estrategias encaminadas a desarrollar actividades

como parte de un plan de difusión en contraposición a las que actualmente cuenta el Archivo. Se llegó a la conclusión que la Secretaría de Cultura de Medellín no tiene como eje institucional la formulación de metas relacionadas con los planes de difusión de mejora en el Archivo Histórico de Medellín.

Carneiro et al. (2020) en un artículo de investigación científica titulado *Archivo personal Afonso Pereira y Estrategias de Marketing: Señales de Aplicación*, publicado en la *Revista Archeion Online* de la Universidad Federal de Paraíba-Brasil tuvieron como objetivo general la incorporación del marketing en el archivo personal del profesor Afonso Pereira (Paraíba-Brasil), pues es una herramienta que le otorga visibilidad, además de servir de comunicación entre este tipo de archivos y la sociedad en general. La investigación surgió desde el abordaje cualitativo con alcance descriptivo de tipo bibliográfico y de campo. Para la selección de datos se efectuó una observación directa y una entrevista a dos profesionales en base a preguntas sobre las actividades y organización del archivo, por ello se realizó un análisis del entorno del archivo, una evaluación FODA de factores internos y externos y la identificación de los usuarios potenciales. Sobre los hallazgos, se mostró como una oportunidad el de concientizar en la sociedad con respecto a su relevancia política, social, educativa y cultural; y como amenaza, el nulo interés del gobierno para conformar alianzas que puedan promover su difusión y acceso. Además, de la ausencia de planes de marketing en el archivo y su debilidad relacionada a su reconocimiento social. Se concluyó en hacer hincapié sobre la intrínseca vinculación de los archivos personales con la sociedad, pues es un tema poco explorado por la archivística brasileña. Asimismo, se destacó al marketing como una herramienta primordial para la difusión cultural de los archivos personales, en primer lugar, por la constante necesidad de “preservar la memoria” del ámbito local.

Luz et al. (2020) en un artículo de investigación científico de congreso titulado *Arquivo Pessoal Alcides Saldanha: Organização e Difusão do Acervo Arquivístico*, publicado en *Anais*

do 7º Seminário Regional de Arquivos: Fontes de Pesquisa em Ambiente Digital, organizado el 16 y 17 de octubre del 2020 por la Associação dos Arquivistas do Rio Grande do Sul presentaron como objetivo general poner a disposición el acervo documental de Alcides Saldanha (1937-2015) para que pueda incorporarse como patrimonio documental local en el Municipio de Caçapava do Sul (Brasil). Es así que se establecieron actividades ejes: identificar los tipos documentales del fondo personal, proponer un cuadro de ordenamiento documental, crear un instrumento de investigación que permita su difusión, digitalización de acuerdo a pautas establecidas, entre otras. La metodología inicial se estructuró con base en un proyecto de enfoque cualitativo, de nivel descriptivo que partió de un diagnóstico preliminar. Los hallazgos iniciales evidenciaron un archivo de tipo familiar. No obstante, predominó documentación de su creador, lo que remarcó su rasgo de archivo personal. Por lo tanto, hasta ahora el archivo es un fondo híbrido entre documentos familiares y personales. Como conclusión se menciona que, al finalizar el proyecto se puedan generar publicaciones sobre la temática. Además, se resaltó que Alcides Saldanha conservó documentación de sus antecesores: documentos oficiales de la época del Imperio en Brasil, manuscritos de relaciones interpersonales, los que servirán como fuentes de investigaciones históricas.

### ***2.1.2 Antecedentes nacionales***

Collazos (2014) en su informe profesional para obtener el título de licenciado en bibliotecología y ciencias de la información en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, titulado *Diagnóstico situacional de ESAN/Cendoc Aplicando Marketing Estratégico*, el autor planteó como objetivo la descripción y análisis de la situación tanto interna como externa de ESAN/Cendoc, en la que se emplearon herramientas como: cadena de valor, Matriz FODA, Matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos (EFI, EFE), etc. para luego formular un plan de marketing estratégico. El diseño fue descriptivo, el cual se basó en una revisión documental de las memorias anuales y datos estadísticos. Los hallazgos obtenidos evidenciaron

que si bien el empleo del marketing resultó ser el punto más frágil de todo el proceso, la situación del Cendoc fue catalogada como buena, pues los datos arrojaron que hay una adecuada asistencia de usuarios. Asimismo, tanto el análisis interno como externo reflejaron que se dispone de recursos financieros óptimos, colecciones y bases de datos actualizadas, lo que ha permitido brindar productos informacionales de valor para los usuarios. En conclusión, se planteó la necesidad de disponer de un plan de marketing, que combine herramientas de marketing tradicional y componentes de la web. 2.0 que posibiliten que, a través de las acciones de promoción y comunicación, los servicios se renueven o refuercen.

Tena et al. (2018) en un artículo de investigación científico titulado *Gestión del marketing mix de servicios en un museo de memoria: Estudio de caso sobre el Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social* publicado en *InnovaG* de la Pontificia Universidad Católica del Perú tuvieron como objetivo conocer la gestión de los componentes del marketing mix, partiendo de sus elementos esenciales o 4 P's, para ampliarlos al enfoque de las 7 P's. La metodología partió de un enfoque cualitativo y cuantitativo que fue de contenido exploratorio-descriptivo en la que se compilaron datos e información, usando como técnica las observaciones in situ y entrevistas al personal administrativo. Los hallazgos del estudio revelaron que el Museo no dispone de acciones y estrategias orientadas al marketing; pero si cumple con los parámetros de comparación o *benchmarks* de servicio con respecto a otros museos similares. Asimismo, se presentan varias actividades orientadas a la vinculación público-museo. La conclusión principal de la parte cualitativa se estableció en base a los siete elementos de acciones de marketing mix, como por ejemplo los ítems plaza, promoción y producto. El primero, mencionó la carencia de una señalización exterior que obstaculiza el acceso a los futuros visitantes; el segundo, que la promoción debería reforzarse con estrategias encaminadas a fidelizar al público objetivo, por ejemplo, usando intensivamente las redes sociales; el tercero, a la diferenciación de las actividades complementarias para que sean más atractivas al público.



Mayorga (2019) en su tesis para obtener el título de licenciado en archivística y gestión documental en la Universidad Católica Sedes Sapientiae, titulado *Aplicación del Plan de Marketing en la Gestión y Difusión del Archivo del Banco Interamericano de Finanzas*, 2018, Planteó como objetivo diseñar y aplicar estrategias de marketing para el servicio y difusión de los archivos, ante cuatro indicadores temáticos como visibilidad, comunicación, posicionamiento y calidad; a partir de los cuales se pueda configurar la implementación de nuevas acciones que repercutan en un mayor alcance de los instrumentos de difusión del Archivo. El estudio fue de orientación cuantitativa, de tipo teórico básico, diseño no experimental transversal, y de nivel descriptivo correlacional, en el que se usó un cuestionario por medio de una encuesta de 20 preguntas; la muestra fue no probabilístico que se realizó a 60 trabajadores del Banco. Los hallazgos del cuestionario mostraron que no existen acciones de marketing para la difusión de los procesos de gestión del archivo, lo que resultó alarmante pues repercute en el desconocimiento del personal de la entidad bancaria; siendo que la difusión de los servicios es muy poca, tomando en cuenta las numerosas solicitudes de documentos del archivo. La principal conclusión de la parte cualitativa fue que existe una conexión directa entre el uso de un plan de marketing y la difusión de archivos, proponiendo para ello acciones de marketing basada en los cuatro ejes señalados líneas arriba.

Barrientos y Juárez (2020) en su trabajo de investigación bajo la forma de artículo teórico, presentado para optar el título de licenciado en ciencias administrativas en la Universidad Nacional de Piura, titulado *Las Redes Sociales como Estrategia del Marketing Digital* presentaron como objetivo conocer el panorama general sobre el uso de redes sociales enfocadas a acciones estratégicas en medios digitales. El enfoque fue cualitativo en base a una investigación documental explicativa teórica, en la que se consultaron diversos recursos de información: 12 papers, 8 tesis y 14 libros sobre la temática descrita. Los resultados evidenciaron que el marketing digital tiene un gran alcance en las comunicaciones publicitarias,

en los usuarios y en el diseño de estrategias. En síntesis, se concluyó que se requieren establecer herramientas interactivas esenciales para que las instituciones logren innovar sus servicios y productos; por ejemplo, empleando Facebook, WhatsApp, Instagram entre otros; lo que pueden coadyuvar a adecuar los productos y servicios informacionales a los requerimientos del público objetivo.

Morales (2020) en su trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de licenciado en marketing y gestión comercial en la Universidad San Ignacio de Loyola, titulado *Plan de Marketing para el Sistema de Bibliotecas de la Universidad San Ignacio de Loyola* planteó como objetivo central el diseño de un plan de marketing y de comunicación, que se encargó a una agencia externa de marketing, referida al posicionamiento del sistema de bibliotecas en la comunidad universitaria, puesto que a pesar de tener diversos recursos físicos y digitales para el acceso y consulta, no ha logrado posicionarse con ofertas informacionales renovadas y novedosas que exige actualmente el usuario digital. El estudio partió de una investigación cualitativa y cuantitativa; en la parte cuantitativa se emplearon técnicas como: focus group, entrevistas y la observación directa; siendo los instrumentos las fichas técnicas, guías de preguntas y/o de observación. Sintetizando los hallazgos, se mencionan que los usuarios desconocen sobre la existencia del repositorio institucional, del catálogo online, de bases de datos, de la realización de actividades; por lo que recurren a búsquedas por su cuenta en internet. Como conclusión central de la parte cualitativa se destacó que es indispensable una renovación y dinamización para lograr atraer a los nuevos usuarios que presentan mayores exigencias informacionales, para lo cual es esencial que la Biblioteca interactúe con sus usuarios, innovando sus productos y servicios para que logre posicionarse.

## **2.2 Bases teóricas**

La presente investigación parte de una base con sustento teórico en las definiciones de la categoría principal del estudio: marketing digital para la difusión de archivos y tres subcategorías: archivo personal, público objetivo y estrategias para la difusión.

### ***2.2.1 Marketing digital para la difusión en archivos***

Kotler et al. (2010) explican que el marketing digital o marketing 2.0 surge en la sociedad de la información y se desarrolla con las tecnologías de información y comunicación. Aquí los usuarios están permanentemente informados para comparar diversas ofertas de productos semejantes; razón que hace que la marca deba ofrecer un producto que responda a las expectativas del público objetivo. Es así como considera que el marketing también comprende a instituciones no comerciales, es decir, sin fines de lucro.

Además, señalan que el marketing digital se basa en el uso las TIC. En este sentido, la aplicación del marketing digital en los archivos se convierte en un proceso estratégico para difundir los productos y servicios a través de canales digitales; en la que los usuarios de la información acceden, se conecten, consulten e interactúen de forma remota para buscar e intercambiar información relevante que responda a sus necesidades de información.

Con respecto al marketing digital la American Marketing Association (2021) señala que surgió con el boom de la tecnología digital, el uso masivo de computadoras y teléfonos inteligentes; lo que implicó que las instituciones comiencen a buscar nuevas estrategias de marketing; por consiguiente, se dirige al uso de cualquier táctica de marketing a través de dispositivos electrónicos, y es en este proceso que la institución aprovecha las redes sociales, videos, sitios web, motores de búsqueda, blogs, correo electrónico y otros canales de comunicación para llegar a los consumidores. Se diferencia del marketing tradicional en el que éste es estático y de comunicación unidireccional; mientras que en el marketing digital el proceso que se genera es dinámico y de constante cambio.

De lo expuesto se puede inferir que los archivos tienen mayor visibilidad y difusión al emplear herramientas interactivas de marketing a través de medios digitales. Hoy en día, a raíz de la coyuntura sanitaria, los archivos comunican y/o difunden sus servicios a través de sus sitios web, redes sociales, canales de Youtube, etc. Asimismo, ponen a disposición parte de su acervo digital para consulta, servicios y visitas virtuales, etc. En consecuencia, los archivos en general presentan nuevos desafíos en torno a cómo extender, adaptar y replantear tanto sus herramientas de difusión y servicios de información presenciales, que se brindaban antes de la pandemia, para adecuarlos y trasladarlos a canales de comunicación digitales de mayor alcance y repercusión.

Con relación al marketing digital aplicado en las unidades de información, Neves (2018) sostiene que se entiende como un objetivo estratégico para que las instituciones (bibliotecas, archivos, etc.) puedan potencializar el contacto con su comunidad de usuarios y difundir de forma acelerada los recursos y servicios de información. Además, les sirve como herramienta para dotar a los profesionales de información de estrategias imprescindibles para desarrollar la presencia digital en los medios de difusión.

De lo expresado por la autora, podemos inferir que el campo de aplicación del marketing no solo se limita a las ciencias administrativas y de gestión; sino que también se amplía a bibliotecas, archivos, centros de documentación u otras instituciones sin fines de lucro. Debido a ello es importante que se diversifiquen los servicios y productos informacionales para fidelizar a los usuarios reales y potenciales. Asimismo, que bibliotecarios y archivistas desarrollen competencias y estrategias enfocada en los medios digitales.

Ampliando lo señalado en el párrafo anterior, Cé y Pedrazzi (2011) explican sobre la aplicación del marketing en archivos, ya que le inspiran e impregnan confianza con relación a la seguridad de la información, preservación documental, acceso eficiente y eficaz a las informaciones y difusión de las actividades. Por ello, el marketing es clave para que la

institución obtenga el reconocimiento en cuanto a la calidad de los servicios, los cuales deben centrarse en la atención y satisfacción de los usuarios del archivo. El marketing en los archivos es una herramienta estratégica para que el acervo sea conocido y difundido adecuadamente a los usuarios, lo que redundará en la visibilidad de las colecciones, coadyuvando así a evidenciar su utilidad e importancia.

Sumado a lo expuesto líneas arriba, Meneses (2013) sustenta sobre el rol de los archivos con respecto a la difusión, en razón que tienen como fin de disponer la consulta de los documentos a través de los procesos de gestión archivísticos; por lo que sus funciones contemplan la gestión de todo el proceso informacional de los recursos, lo que comprende a la difusión. En este sentido, los archiveros son los intermediarios entre los recursos de información y los usuarios finales, siendo responsables de todo el ciclo de gestión, lo que incluye también a la difusión de los fondos del archivo para su acceso por los usuarios, siendo la difusión una de las labores medulares dentro de la gestión documental.

De la anterior cita, podemos resaltar que la aplicación del marketing en gestión de archivos no solo se restringe a difundir las colecciones; sino que va más allá, ya que impacta también en la calidad de servicio, proceso de gestión documental, acceso a la información y uso de canales digitales para asegurar el acceso a la información. Por ende, los conceptos de digitalización del acervo y virtualización de los servicios forman parte de las estrategias de marketing que se desarrollan en los archivos, lo que implica que los archivos deben facilitar y/o garantizar, dentro de sus posibilidades, el acceso tanto presencial como virtual acercando a los ciudadanos a los fondos documentales a través de los servicios virtuales.

### ***2.2.2 Archivos personales***

El Consejo Internacional de Archivos (2021) manifiesta, con respecto a la importancia de los archivos en la sociedad, que constituyen una evidencia documental generada por un individuo, familia u organización durante el transcurrir de sus actividades; lo que más adelante

se erigirá en una ventana de sucesos configurados en base a nuestro pasado, y que cobran trascendencia, pues impactan en nuestro presente y coadyuvan a construir nuestro futuro. Por lo tanto, los documentos nos permiten observarnos a través de la historia, reconocernos y construir nuestra identidad y memoria.

De lo expuesto se colige que los archivos se constituyen en fuentes de información primarias (persona, familia u organización) que permiten conectarnos entre un período histórico y el presente, y es en base a esta conexión o acercamiento a los archivos, que profundizamos y construimos nuevos conocimientos, que más adelante se plasman en investigaciones.

Sobre los archivos personales, Ríos García (2007) explica que los archivos personales reúnen documentos que produce y recibe una persona en torno a sus funciones y actividades, pudiendo ser de diversos soportes como videos, cintas de audio, documentos electrónicos, escrituras públicas, certificados de estudios, correspondencias oficiales, actas, pasaportes, cédulas, títulos profesionales, fotografías, recibos de pagos, planos, tarjetas, recetas médicas, entre otros. Así, los archivos personales presentan diversos soportes y tipología documental, lo que implica que no necesariamente son impresos (papel); sino que también sus creadores pueden almacenar la información en otros variados soportes.

Relacionado a lo anteriormente expuesto, Santoyo (2014) afirma que los archivos personales son fuentes primarias de información para futuras investigaciones, en el que se plasman hechos y decisiones de personas en el transcurrir de sus diversas facetas políticas, científicas, artísticas, sociales personales entre otras. Por ello, los archivos personales brindan información única e irremplazable de una persona sobre su ámbito de actividad en un área determinada, y su legado para la memoria colectiva del país. Asimismo, son un gran tesoro para la investigación científica y la reconstrucción de los procesos históricos que acontecen en un determinado tiempo y lugar.

En ese mismo orden de afirmaciones, Portela et al. (2020) manifiestan que los acervos personales son el conjunto de fuentes documentales que produce una persona a lo largo de toda su existencia y que custodian momentos archivísticos conectados a la de sus creadores; por lo tanto, se pueden resguardar en las mismas familias o en centros de cultura que valoran su relevancia como patrimonio documental o también terminan en un archivo, biblioteca, museo o finalmente pueden crearse una fundación para su preservación, lo que depende también de su propietario o sus herederos.

Desde el punto de vista de los autores se colige que los archivos son conjuntos o piezas documentales que pueden ser de diversos soportes, generados por una persona destacada y de reconocida trayectoria en un campo del conocimiento. Por lo tanto, los archivos brindan información a los ciudadanos, ya que se constituyen en parte del patrimonio documental. En esa línea, Silva (2020) entiende el archivo personal como un conjunto de diversos documentos generados, recepcionados y custodiados por una persona en el transcurso de su vida, actividades y rol social que conservan información producida, acumulada y gestionada por una persona en el trayecto de sus funciones y función social. Es así como se constituyen en las evidencias de los registros de su titular en la sociedad: su vida, sus vínculos de relaciones personales y profesionales, sus obras, así como su propia intimidad.

De acuerdo con lo anterior, el autor hace hincapié en la relevancia social de los archivos personales, pues se constituyen en evidencias documentales sobre la actividad de una persona, que ha a través de su obra, ha impulsado y forjado estudios e investigaciones de gran difusión, y en razón de ello su producción documental o audiovisual cobra trascendencia histórica, cultural, científico, etc. para desarrollar nuevos estudios.

**2.2.2.1 Importancia de los archivos personales.** Los archivos personales son documentos de consulta de primera mano, confiables, que contienen valiosa información. París (2010) menciona que son relevantes por las siguientes razones:

- Constituyen testimonios de la labor de una persona, en un espacio concreto, bien sea público o privado
- Son evidencia de fuentes de investigación inédita y original, por lo que nos brindan un panorama de hechos y sucesos.
- Permiten conocer el desempeño profesional de su creador y sus vínculos más personales, es decir, su familia y amigos; además de brindarnos información sobre la coyuntura social, económica y cultural de su creador y de las personas relacionadas a su entorno
- Finalmente, los archivos personales permiten investigar aspectos concretos de un periodo cronológico determinado.

Asimismo, sintetizando a Portela (2017) describe algunas características como:

- Generalmente son de índole privado, el que es definitorio y medular, pue afecta de manera directa en su desconocimiento, pudiendo en algunos casos ser fondos cerrados.
- No se estructuran en base a un organigrama o normativa, sino que aparecen adaptándose a las actividades de sus mismos autores, por ello aportan grupos de documentos aleatorios establecidos por sus creadores.
- Se constituyen por una diversidad documental, en lo que respecta a su tipología, contenido y soporte (papel, audio, video, digital, etc.); pudiendo incluir colecciones u objetos reunidos por su productor
- Gran parte de los documentos son copias o documentos remitidos, aunque la mayoría son manuscritos originales
- Es frecuente mixturar los documentos personales con los profesionales, institucionales, y regularmente se ubican documentos familiares



- Usualmente presentan un criterio organizativo previo, que puede considerar o no los criterios archivísticos
- Presentan problemas para la conformación de series, las que por lo general son muy cortas y habiendo muchos documentos sueltos

De la misma manera, Serafim & Macedo (2020) resaltan que los documentos personales reflejan la memoria de sus creadores y el momento social que vivieron; por lo que configuran relaciones afectivas, sociales y económicas de su productor. Asimismo, aportan en la construcción y/o reconstrucción de la memoria colectiva y de la identidad social.

En síntesis, los archivos personales si bien principalmente evidencian la vida y actividad de su productor; también a través de ellos es posible erigir conectar e interconectar determinados sucesos, personajes, instituciones, fuentes documentales, relaciones interpersonales y/o familiares, etc. para tener una mejor comprensión de sus pensamientos, intereses, investigaciones en un campo determinado.

### ***2.2.3 Franklin Pease García-Yrigoyen***

Esta sección está estructurada en su mayoría en base a la información que se ha sintetizado del autor Curatola (1999; 2002) y con base a la entrevista realizada en junio de 2017, que gentilmente concedió la Dra. Mariana Mould de Pease. Se abordarán los aspectos referidos a su educación, trayectoria profesional y su archivo personal.

Franklin Pease García-Yrigoyen (Lima, 28 de noviembre de 1939 - Lima, 13 de noviembre de 1999), fue hijo de doña María García-Yrigoyen y de Don Benjamín Franklin Pease. Su madre formó parte de una familia de la alta burguesía peruana y su padre fue un fotógrafo y daguerrotipista americano asentado en Lima alrededor del siglo XIX.

Su formación escolar la realizó en el Colegio Jesuita La Inmaculada. Fue aquí donde las enseñanzas de sus maestros: hermano Santos García S.J., y padre Rubén Vargas Ugarte, despertaron en el adolescente Franklin su interés y gusto por la historia y los libros. De igual

modo, su interés por el mundo andino le vino desde temprana edad gracias a la Sra. Severina Vera, considerada como un miembro de la familia Pease, quién a través de sus relatos de cuentos de tradición oral del Valle de Mantaro, despertaron en Franklin Pease un deslumbramiento por el mundo mitológico andino.

La vigencia de la obra bibliográfica y documental de Franklin Pease ha sido fundamental para la historia peruana, pues gracias a sus investigaciones en torno a la historia andina; es que está ha sido considerada en la actualidad como parte trascendental de la historia del Perú. Como parte de su actividad académica, llegó a reunir 15000 volúmenes de libros aproximadamente, de los cuales 8000 se donaron en diciembre del 2006 a la Biblioteca Nacional del Perú, estableciéndose para ello la “Colección Franklin Pease G. Y. para la historia andina de Perú”, siendo de custodia compartida a perpetuidad entre la Biblioteca Nacional del Perú en conjunto con su Vda. Doña Mariana Mould de Pease. Los restantes 7000 volúmenes aún están en custodia por la familia Pease, y en proceso de que se transfieran en su totalidad.

Franklin Pease fue uno de los más sobresalientes e insignes historiadores que ha tenido nuestra historia peruana, quién sentó las bases en temas de etnohistoria andina: estudios y crónicas de incas, sociedad andina colonial, religión prehispánica, arqueología andina, Tahuantinsuyo, historiografía, virreinato, comienzos de la república, entre otros estudios en los que plasmó la mayor parte de sus investigaciones. Al respecto Curatola (1999) expone sobre la trascendencia de Franklin Pease y resalta que gracias a su aporte y a la repercusión de su obra es que hoy la historia andina es catalogada y reconocida como parte esencial de la historia del Perú.

Desde la perspectiva histórica Martínez (2000), expone que Franklin Pease entendía la historia como punto de convergencia de distintas facetas académicas, la historia para Pease era un recorrido por el conocimiento, en la que la investigación, docencia, rol editorial y gestión cultural y educativa formaban parte de una misma perspectiva.

En la entrevista que se realizó en junio de 2017, la viuda Doña Mariana Mould brindó mayores detalles sobre cómo Franklin Pease investigaba. Mencionó que a Franklin le caracterizaba una creatividad historiográfica, una agudeza crítica y una gran capacidad de trabajo; lo que se reflejó en sus estudios y en las investigaciones que realizaba. En tal sentido, se valió siempre de las fuentes escritas y de las crónicas, por lo que asiduamente consultaba y verificaba la información en los archivos históricos.

Aun cuando enfermó gravemente en 1999, requirió consultar los archivos y veía la forma de poder tener un acercamiento con ellos. De ahí que encargaba a una persona de confianza que le alcance las copias de los documentos que solicitaba, por lo que a Franklin Pease le apasionaba investigar en los archivos, pues verificaba y contrastaba las diversas fuentes, que luego se plasmaban en sus diversas publicaciones.

Asimismo, su trabajo como asiduo investigador, maestro e intelectual le permitió transmitir su legado a nuevas generaciones de historiadores como Liliana Regalado, Donato Amado Gonzales, José Ignacio López Soria, César Gutiérrez Muñoz, Efraín Trelles, Juan Carlos Crespo, Guillermo Cock, José Luis Rénique, Antonio Zapata Velasco, etc. quienes continúan la vigencia de la obra de Franklin Pease como historiador en el Perú.

### ***2.2.3.1 Educación y trayectoria profesional.***

A continuación, se presenta una sinopsis sobre la educación y trayectoria profesional del historiador Franklin Pease basada en la información de Curatola (1999; 2002).

Franklin Pease García-Yrigoyen ocupó diversos cargos públicos, entre los que se destacan que fue decano durante tres periodos de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la Pontificia Universidad Católica del Perú y director de publicaciones y coordinador de la Maestría en Historia de la Escuela de Graduados. Además, de director de la Biblioteca Nacional del Perú y del Museo Nacional Historia, entre otros cargos públicos. Durante su trayectoria académica recibió incontables reconocimientos nacionales e internacionales, participando en la

Comisión Consultora de la Cancillería Peruana y siendo integrante de número de la Academia Nacional de la Historia.

Su primer artículo titulado “Cuatro edades pre-ingas” publicado en 1959 en Areté, revista universitaria de la PUCP. Sobre su formación académica, se destaca que entre los años de 1964 y 1965 recibió el grado de bachiller en Humanidades y Derecho respectivamente con dos memorias sobre los incas: “Amaru Inca Yupanqui” y “Concepto de derecho entre los incas”. En 1967, obtuvo el título de doctor en Historia con la tesis *Culto solar y cosmovisión andina: una introducción a la religión incaica*. Una de sus obras más importantes fue *Las crónicas y los Andes* publicada en 1995.

Fue profesor de la Universidad de Lima durante 1964 a 1968 y catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Perú desde 1965 al que permaneció vinculado durante toda su vida. En 1966, obtuvo una beca de investigación del Instituto Riva-Agüero y del Instituto de Cultura Hispánica en España, que le permitió conocer los principales archivos de América Latina, en particular, el Archivo General de Indias de Sevilla. Además, de ganar la beca Guggenheim, el Premio Eleodoro Valle, etc.

De 1967 a 1974 dirigió la revista *Humanidades*, en 1977 fundó y dirigió hasta sus últimos días la revista *Histórica*. Dirigió también la colección clásicos peruanos, de reconocida difusión internacional. En 1964, convocado por José María Arguedas, asumió el cargo de jefe de investigaciones y publicaciones del Museo Nacional de Historia y, luego, de 1964 a 1974, ocupó el cargo de director del Museo. Fue aquí donde entabló una amistad con el investigador y profesor de antropología, John Murra quien contribuyó a que el joven Franklin Pease se inicie y desarrolle el tema del mundo andino en sus posteriores investigaciones. En 1978, publicó *Del Tawantinsuyu a la historia del Perú* siendo reconocido en 1979 con el prestigioso Howard F. Cline Memorial Prize, otorgado por la Conference of Latin American History. Ese mismo año, publica en México *Perú: una aproximación bibliográfica*, en el que se evidencia su faceta de

bibliófilo e intelectual en temas de cultura peruana. De 1983 a 1986 ocupó el cargo de director de la Biblioteca Nacional del Perú.

Entre 1987 a 1989 dictó cursos y conferencias en la Universidad de Cambridge (Inglaterra), Universidad de Santiago de Chile, Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París y en las universidades de Maryland y de Johns Hopkins. En el año 1994, fue galardonado con la condecoración de las Palmas Magisteriales en el Grado de Amauta, el máximo reconocimiento y distinción honorífica que otorga el Estado peruano. Desde el 2004, la Pontificia Universidad Católica del Perú estableció el “Premio Franklin Pease G.Y. de Estudios Andinos”, de igual manera, a través del Programa de Estudios Andinos, se brinda la Maestría (desde el 2006) y Doctorado (desde el 2008) en antropología, arqueología, historia y lingüística andinas. En el 2019 el Ministerio de Cultura realizó una ceremonia al conmemorarse veinte años de su partida, evocando su vida y trayectoria como historiador, investigador y defensor del patrimonio cultural archivístico y bibliográfico, que hoy en día continua vigente a través de su obra. Igualmente, ese mismo año el Ayuntamiento de Montillas (España) realizó un homenaje en el marco de las jornadas sobre el Inca Garcilaso de la Vega.

**2.2.3.2 Archivo personal de Franklin Pease.** El archivo se encuentra ubicado en Lima, distrito de Miraflores, representado por su Vda. Doña Mariana Mould de Pease. El 31 de enero del 2006 se conformó la Asociación Civil sin fines de lucro Colección Franklin Pease García-Yrigoyen (ACFP) constituido por los herederos de Franklin Pease y la Biblioteca Nacional del Perú, donde ésta se encargará de la permanente posesión y custodia del fondo bibliográfico y documental del insigne historiador para establecer un área para investigadores llamada “Colección Franklin Pease G. Y. para la historia Andina del Perú.

Sobre los objetivos principales del acervo bibliográfico y documental de la colección Franklin Pease en el marco de la Asociación, Mould (2011) describe que se estableció para dar continuidad y vigencia a la obra de Franklin Pease, para propiciar investigaciones sobre la

historia andina peruana, y de este modo impulsar la cultura, el uso de bibliotecas y archivos, sean públicos o privados; asegurando su conservación en conjunto, evitando su dispersión. Además, de fomentar el acceso y/o uso de fuentes bibliográficas y documentales a los ciudadanos e investigadores en la Biblioteca Nacional del Perú, con respecto a la temática de historia andina, que abarca la Colección Franklin Pease.

Sobre el legado intelectual de Franklin Pease y su aporte a la investigación, Mould (1999) menciona que lo integran la revista *Histórica*, y además la biblioteca y el archivo en las que se localizan todas las fuentes historiográficas y bibliográficas, en las que Franklin Pease investigó asiduamente como insigne intelectual e historiador, las cuales aportan referencias para la historia del Perú.

El archivo personal del historiador Franklin Pease-García-Irigoyen (1939-1999) es de interés público para la sociedad y constituye un acervo histórico y legado cultural para la memoria colectiva de las siguientes generaciones interesadas en temas de cosmovisión y etnohistoria andina, religiosidad precolombina, crónica de indias, conquista española de los andes, manejo de fuentes históricas, entre otros. Comprender el país en estas dimensiones con miras al bicentenario constituye una herencia cultural para identificarnos, comprender y revalorar la historia del Perú desde la concepción andina. Por lo tanto, el archivo personal constituye un valioso material historiográfico para la investigación de la historia andina.

El archivo personal de Franklin Pease-García-Irigoyen (1939-1999) está conformado por correspondencias, recortes periodísticos, fotografías, manuscritos originales, materiales filmicos, información periodística, documentos honoríficos y distinciones recibidas, escritos de discursos, apuntes de clases, poemas y artículos, entre otros. Siendo el principal acervo documental las correspondencias, entre las que se mencionan comunicaciones con reconocidos intelectuales, investigadores como Jorge Basadre, María Rostworowski, John V. Murra, Aurelio Miró Quesada, Onorio Ferrero, etc., y de instituciones como Pontificia Universidad Católica

del Perú, el Ayuntamiento de Montilla (España), Universidad de Michigan, Universidad de Princeton, etc. Además, se cuenta también con correspondencia que perteneció a su padre Franklin Pease Olivera, quien fue ministro de Educación.

En la entrevista de junio de 2017, la Dra. Mariana Mould explicó que Franklin Pease organizó sus documentos de acuerdo con su criterio personal: por asuntos y de forma cronológica; a fin de localizarlos con facilidad; puesto que él conocía dónde guardaba cada documento que eran de su consulta personal.

Cuando Franklin falleció en 1999, pasó bastante tiempo para se comience con la organización parcial de la documentación del archivo. En esta primera etapa es importante mencionar, que se contó con el apoyo de voluntarios que se sumaron al trabajo archivístico: estudiantes de la Universidad de la Experiencia de la Pontificia Universidad Católica del Perú, adultos mayores, ex alumnos de Franklin Pease, como César Gutiérrez Muñoz, destacado historiador y archivero, quien colaboró con la clasificación de documentos de correspondencia.

Posteriormente a inicios del año 2011, Karen Alfaro Mendives y Lizzeth Puchoc Ríos, bibliotecóloga y archivera respectivamente, partiendo de un diagnóstico situacional, apoyaron en la organizaron del archivo y biblioteca, lo que se concretó en un lapso de dos años. Para la parte archivística, se mantuvo el orden inicial de Franklin Pease.

Se inició con los procesos archivísticos y su disposición en cajas para archivos; por último, se realizó un inventario. Es así como primero se identificó el fondo documental existente en tres series relativas a la documentación sobre la vida personal, bienes oficiales y patrimoniales y documentos sobre las funciones y actividades profesionales de su creador. Con respecto a los documentos referidos a la vida personal, en su mayoría eran correspondencias. Luego, se realizó un cuadro de clasificación documental considerando la tipología documental: correspondencias, documentos gráficos, de personajes, información periodística sobre Machu Picchu, entre otros. Posteriormente, se efectuó un inventario descriptivo y topográfico. Pero

también se evidenció la necesidad de contar con un catálogo documental que sirva como una herramienta de consulta para los investigadores.

Con relación al archivo personal de Franklin Pease, podemos señalar que por lo general solo es conocido por investigadores de universidades nacionales y extranjeras, estudiantes, docentes especialistas entre otros. En tal sentido, la difusión se circunscribe a un grupo específico, pero también es importante resaltar que la difusión se establece directamente a través de los distintos congresos, simposios, jornadas, seminarios académicos, publicaciones académicas analizando sus obras, reconocimientos, homenajes, conmemoraciones, etc. que se organizan a nivel de Perú y del extranjero en universidades, entidades culturales regionales, centros culturales, Archivo General de la Nación, Ministerio de Cultura, Ayuntamiento de Montilla (España), entre otros en torno al legado documental, archivístico e historiográfico de Franklin Pease.

#### ***2.2.4 Público objetivo***

El término público objetivo es la designación general que se utiliza en el área del marketing para referirse a un grupo de clientes, consumidores o usuarios con determinadas características y requerimientos de consumo, a los cuales se orientan las estrategias de comunicación y/o difusión. Dentro del área de la gestión archivística el público objetivo se refiere concretamente al estudio de los usuarios o consumidores de información en archivos.

En el área de marketing, teóricos principales como Kotler y Keller (2003), definen como público objetivo a los potenciales consumidores de un servicio o producto. Estos son los usuarios, personas, grupos, público específico o en general que tienen preferencias y necesidades, influenciando en el resto de los consumidores y también en el diseño de comunicación que se utilizan sobre qué decir, cómo, cuándo, dónde y a quién.

Enfocando la definición del autor dentro del área de gestión archivística, se puede señalar que en los archivos; el público objetivo lo constituyen los usuarios de información que



concurren con frecuencia al archivo: investigadores, estudiantes universitarios y usuarios en general (nacionales o extranjeros), pues son los que deciden con respecto a la elección y aceptación de un producto o servicio e influyen en las decisiones de estrategias de marketing que se articulan en los archivos; por lo que se requiere realizar un estudio de usuarios que tome en cuenta sus necesidades de información, preferencias de canales de comunicación, formación profesional, edad, entre otros

En la misma línea de Kotler y Keller, pero enfocado en el área de gestión documental, Sá (2005) señala que los objetivos de un estudio de usuarios es determinar qué documentos son lo más consultados para detectar cómo los usuarios obtienen información y a través de que fuentes, cómo se logra el acceso a los documentos, qué estrategias de búsquedas emplean; analizando la aceptación de las TIC.

Como bien expone el autor, un estudio de usuarios en archivos permite identificar los intereses y requerimientos de los usuarios informacionales para conocer las estrategias que utilizan cuando buscan o acceden a la información, qué fuentes son relevantes para su investigación, qué medios digitales emplean para lograr el acceso o a través de que canales de difusión conocen los servicios que se brindan en los archivos.

De igual manera Gomes (2020), comprende que los estudios de usuarios se enfocan en espacios de información, indistintamente si son espacios de memoria o de organizaciones que trabajan con fuentes de información o conocimiento direccionados al contexto informacional, por lo que la información y su desdoblamiento constituyen el núcleo medular, no habiendo un fin económico palpable, y si social. Por lo tanto, corresponde a la organización explotar las oportunidades para descubrir los intereses, interacciones, preferencias, experiencias, usos y expectativas del usuario, por medio de investigaciones en base a usuarios y/o al marketing.

En otras palabras, el autor líneas arriba, señala que los estudios usuarios parten del análisis en espacios de información como archivos, bibliotecas u otros similares, siendo

instituciones que no buscan un fin monetario; sino social, pues manejan, organizan, procesan y diseñan distintos productos y servicios personalizados de información de acuerdo con los requerimientos.

### ***2.2.5 Estrategia de marketing***

Se entiende por estrategia de marketing, dentro de la gestión archivística, a cómo vamos a lograr determinados objetivos, los cuales se desglosan luego en tácticas o tareas puntuales; las que a su vez se plasman en acciones específicas enfocadas al logro de objetivos en un proceso archivístico determinado. Por ejemplo, estrategias para digitalizar un determinado fondo documental para su disposición y/o acceso por medio de las plataformas virtuales del archivo.

En esta misma línea, pero abocados al área de marketing Kotler y Armstrong (1998), definen la estrategia de marketing como la lógica por la que la empresa otorga valor para establecer relaciones redituables con el consumidor. La empresa es quién determina el grupo de clientes a atender (segmentación y mercado meta) y cómo es que va a lograrlo (diferenciación y posicionamiento). Debido a ello, identifica el mercado objeto de su estudio, para luego dividirlos en pequeños segmentos, en los que concentra su atención para conseguir su satisfacción.

Enfocando la cita anterior dentro del campo archivístico, las estrategias de marketing parten de la valoración del archivo para vincularse con la comunidad de usuarios, lo que va a permitir establecer canales de comunicación e interacción para determinar a qué grupo de usuarios dirigirá sus estrategias y cómo es que va a lograr concretizarlas.

De igual manera, Echeverri (2018) afirma que una estrategia de marketing se vincula con las acciones que se establecen y desarrollan a través de un plan de marketing, en la que cada estrategia acopia el conjunto de acciones de marketing. En ese sentido, la estrategia de marketing en archivos consiste en elaborar y/o plasmar procedimientos de acción concretas para

que un recurso o servicio de información, sea fácilmente identificable y reconocible.

En esa misma línea, Juárez y Díaz (2018) señalan que las estrategias de marketing se inician con el análisis y comprensión de los consumidores, que tiene por fin conocer sus procesos de compra, sus elecciones, para finalmente evidenciar aquello que le brinde satisfacción.

Así, las estrategias de marketing se inician con el estudio de usuarios de la información para identificar el proceso de elección de un producto o servicio, qué elementos resultaron claves para su elección, y si en este proceso contó con la asistencia de un profesional de archivos, de guías y manuales, de canales de comunicación en tiempo real, entre otros; todos estos elementos resultan claves para lograr una intermediación informacional efectiva entre el usuario-archivo o viceversa, que contribuya a identificar sus intereses para satisfacer sus necesidades de información.

**2.2.5.1 Marketing de las 4Ps o marketing mix.** Kotler y Armstrong (1998) definieron la estrategia de marketing mix como el conjunto de instrumentos que mezcla e integra la empresa para generar una respuesta en el mercado objetivo (segmento de público seleccionado) que consiste en todas las herramientas que se ejecutan para influir en la demanda de su producto. Es así como los autores señalados proponen diversas alternativas que se agrupan en cuatro componentes: las 4Ps:

1. Producto: Mezcla de bienes y servicios que se brinda a un público objetivo.
2. Plaza o distribución: Actividades de la empresa enfocadas a que el producto este a disposición en un espacio a los clientes.
3. Promoción: Todas las actividades que comunican las características del producto e influyen en los clientes para su adquisición
4. Precio: Referido al dinero que los clientes pagan para conseguir el producto

Con respecto a la cita anterior, como estrategia el marketing mix se aplica tanto en

archivos o bibliotecas; ya que sirve de guía en la elaboración, diseño y configuración del producto de información considerando los requerimientos informacionales de los usuarios; con respecto al plaza, nos permite identificar espacios físicos o virtuales donde los usuarios acceden al producto; con la promoción se identifican cuáles son los medios de difusión más valorados y, como emplearlo para dar a conocer el producto, y en relación al precio, lo enfocamos en el valor social que le otorgan los usuarios al producto, no tanto al valor monetario.

Relacionado a lo anterior, Fernández (2015) afirma que los conceptos de marketing de las 4Ps se entrelazan por medio de cuatro elementos que se integran para la ejecución de una estrategia de marketing. Su rol es decisivo, pues contribuye en la generación de productos y servicios que cubran las expectativas de los consumidores de modo que el *producto*, *plaza*, *difusión* y *precio* se estructuren como un todo.

De la cita anterior, se entiende que el marketing de las 4Ps y sus elementos pueden adaptarse para su aplicación en la gestión archivística, puesto que, los componentes se ajustan a los archivos: producto de información, difusión del producto a los usuarios, lugar o espacio donde se brinda el producto o servicio.

Siguiendo la misma perspectiva, Estaún (2020) explica que el marketing mix se orienta en conocer y/o anticiparse a la toma de decisiones que el consumidor realiza con respecto a un producto, siendo importante en este proceso identificar o conocer el producto, el lugar donde se adquiere, el motivo de la elección y el costo de este. Siendo así, que el marketing de las 4Ps presenta un conjunto de actividades enfocadas en la divulgación del producto en un mercado específico; con el objetivo de buscar y/o fidelizar a los clientes para responder a sus necesidades de consumo.

En síntesis, se entiende que el marketing mix tiene por finalidad atraer y/o fidelizar a nuevos usuarios (*Leads*) con base a sus preferencias informacionales y de nuevos servicios adaptados a la realidad actual. Para ello, es importante plantear estrategias o actividades

referidas los ejes claves del marketing mix.

### 2.3 Definición de términos básicos

**Archivo.** Según el diccionario etimológico, la palabra archivo proviene de *árjon*, “gobierno” y designa un espacio o sede donde se instalaban los magistrados. Esto liga el archivo desde su origen a un espacio de poder, al orden y a las instituciones oficiales. Hoy la palabra *archivum* se emplea tanto para el universo o colección de documentos como para el edificio que los custodia y conserva. Además, actualmente la tecnología permite que los archivos se alberguen en soporte digital: un espacio virtual (Pampa, 2018).

**Archivos digitales.** Archivos especializados que solo gestionan colecciones de documentos digitales: nacidas digitales o escaneadas a partir de papel. Pueden ofrecer su servicio presencialmente o a través de Internet por medio de un archivo virtual (Rivera, comunicación personal, 4 de abril de 2021).

**Archivos familiares.** Se refiere a un archivo privado que perteneció a una familia o algunos de sus integrantes. Este contiene documentos sobre las actividades públicas y privadas de la familia; por ejemplo, la administración de sus bienes (Arquivo Nacional do Brasil, 2005).

**Archivos personales digitales.** Archivos personales que surgen en la era de la información con la incursión de las tecnologías de información y comunicación digitales, y que contienen documentos nacidos digitalmente. Se presentan en cualquier soporte físico como CD, DVD, USB, memoria externa, computadoras, celulares, etc. o en soportes digitales que se brindan en la actualidad: servicios en la nube, oneDrive, Drive-gmail, Dropbox, box, correos electrónicos, etc. que pueden ser de distintos formatos: doc, pdf, eml y html (texto); bitmap, gif y jpeg (imagen fija); mp3 y wma (audio); wmv, avi y flv (imagen en movimiento), entre otros (De Abreu, 2018).

**Archivos privados.** Archivo de una asociación colectiva de derecho privado, pudiendo ser una asociación, colectividad, empresa, institución, familia o persona de derecho privado

como parte de sus actividades y funciones. Se le denomina también archivo particular (Arquivo Nacional do Brasil, 2005).

**Archivos privados de interés público.** Archivos de particulares de personas o instituciones que por sus documentos y la riqueza del contenido de sus fondos (documentos manuscritos, impresos, audiovisuales o digitales) tienen la condición de interés público para la historia, cultura, investigación, política o ciencia de un país; siendo declarados y reconocidos como tal por el Estado y las entidades culturales respectivas; ya que aportan dimensiones significativas para la reconstrucción de un aspecto de la sociedad o al desarrollo y ampliación de un área temática, y en base a su disposición, acceso y consultan se podrían generar nuevas evidencias y conocimiento (Berrocal, comunicación personal, 4 de abril de 2021).

**Archivos virtuales.** Plataforma web o interfaz electrónica que simulan los servicios de un archivo físico. Sirven de medio para que los usuarios accedan a los servicios usuales que se brindan en un archivo físico: búsquedas y consulta de documentos, acceso al acervo documental, asesoría, visitas, capacitaciones, etc. Siendo así que las colecciones de un archivo virtual pueden ser impresas o digitales (Rivera, comunicación personal, 4 de abril de 2021).

**Fondo personal.** Se constituye a partir de documentos de cualquier soporte y tipo, que se generan, reciben y agrupan a razón de las actividades de un individuo en el trayecto de su vida profesional como personal, los cuales una vez organizados se denominarán archivos personales (Portela, 2017).

**Gestión del marketing.** Es un área del marketing que se orienta en seleccionar al mercado-objetivo (clientes, público, usuarios) para obtener, mantener y expandir la base de clientes creando, entregando y comunicando valor superior al cliente (Kotler y Keller, 2013).

**Marketing.** Es el proceso que implica crear, difundir, comunicar y ofrecer un determinado producto o servicio empleando diversas estrategias adaptadas al contexto del mercado, para que pueda generarse una interacción en los consumidores. También se llama

mercadotecnia (Marketing accountability Standards Boards, 2021).

**Marketing de medios sociales.** Es una táctica que aprovecha el crecimiento de las redes sociales, impulsando a los usuarios a adoptar y transmitir *widgets* (aplicaciones) u otros módulos de contenido creados por una marca, o agregar una marca al círculo social de amigos del usuario (Marketing accountability Standards Boards, 2021).

**Marketing móvil.** Es el que se orienta a los consumidores en interacción. Utiliza herramientas de comunicación como smartphones, tablets y otros dispositivos tecnológicos móviles consiguiendo establecer un canal personal entre el anunciante y el público, pues ofrece contenido de marketing de acuerdo con preferencias e intereses. Se vale de herramientas como búsquedas, anuncios, APP, promociones, market place, email-marketing, servicios, geolocalización, entre otros (Borrás, 2017).

**Patrimonio cultural archivístico.** Documentos que se generan, reciben y ser conservan para dar cumplimiento a las competencias y desarrollo de las funciones de una persona natural o jurídica, bien sea de derecho público o privado, dentro del área nacional; por lo tanto, tienen el carácter de auténtico, pieza única e irrenovable, siendo así que su relevancia se debe a que son recursos de información cultural o histórico y, que brinde aporte a la construcción o reconstrucción de nuestra identidad nacional y memoria colectiva; sin tomar en cuenta que su antigüedad sea un aspecto limitante para ello. Se incluyen copias impresas, microfilm, manuscritos, digitales, objetos culturales o en algún otro soporte (Resolución Jefatural N° 205-2008-AGN/J).

**Web 1.0.** Surgió hacia 1990, enfocado a la forma inicial de los sitios webs en el que estos eran páginas fijas e inamovibles y, por lo tanto, las informaciones no recibían actualizaciones. Su desarrollo se limitó a la forma visual y a disponer de hits o visitas (Akus.net, 2018).

**Web 2.0.** Es la siguiente generación de sitios webs estructurada en brindar servicios a

los grupos o comunidades de usuarios que interactúan e intercambian información continua; es decir, acceso a redes sociales, wikis, blogs, wikis, las folcsonomías (tag o etiquetas). Por ello el usuario asume un rol activo en la generación de la información (Akus.net, 2018).

**Web 3.0.** Se desarrolló en el 2010. Es la tercera generación de la web vinculada a la web semántica, que se administra desde la nube, emplea un lenguaje en internet, como la búsqueda de contenidos, empleo de palabras clave. Se gestiona desde la nube siendo la personalización un distintivo fundamental. Además, es interoperable, pudiendo el usuario realizar cambios directos a las bases de datos (Latorre, 2018).

**Web social.** Plataformas referidas a un conjunto de acciones: compartir información, interacción y participación entre usuarios; donde este es concebido como el centro de todo (Serrano, 2020).



### **CAPÍTULO III: ASPECTOS METODOLÓGICOS**

La metodología de investigación es importante para encaminar la investigación, ya que sirve de guía para el proceso de desarrollo de este. A continuación, se describen y explican los aspectos más resaltantes que lo componen.

#### **3.1 Enfoque de la investigación**

El enfoque del presente trabajo de investigación es el cualitativo, ya que tiene por finalidad describir y comprender con mayor precisión y profundidad el fenómeno de estudio para luego tomar la información más relevante que el investigador estime conveniente para el estudio. Debido a ello, Campos (2017) expone que la investigación cualitativa se enfoca en conclusiones, razonamientos, juicios, y concepciones subjetivas a partir de las evaluaciones que ejecute el investigador, por lo que se acude a reflexiones discursivas que se basan en la información previamente seleccionada.

Por esta razón, se eligió este enfoque, pues la investigación parte de la propuesta de analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen tomando en consideración tres subcategorías: el conocimiento que se tiene del archivo personal, el público objetivo (usuarios) y la descripción de las estrategias para la difusión.

#### **3.2 Alcance de la investigación**

El alcance determinado para el trabajo de investigación partió de una investigación descriptiva, pues describe las características, la manera como se presentan o muestran en un contexto específico, sin alterarlos o modificarlos; para luego, realizar un análisis e interpretación de la realidad observada.

En ese orden de ideas Hernández-Sampieri et al. (2014) afirman que el alcance descriptivo indaga sobre las características y perfiles de los grupos o comunidades, procesos, personas o cualquier fenómeno u objeto que sea abordado para su análisis. Por lo tanto, se centra

únicamente en obtener información sobre los conceptos o categorías que se definieron previamente, por lo que su fin no es concluir cómo estas guardan relación.

Ferreyro et al. (2014) señalan que los estudios descriptivos tienen por fin identificar los atributos más característicos o visibles de una situación, evento o hecho; por lo que describe la estructura y dinámica de los fenómenos para reconocer las cualidades más resaltantes del contexto que es objeto de estudio.

Partiendo de lo sustentado líneas arriba, la investigación que se presenta, en efecto, tiene como finalidad describir la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease. Por ello, el análisis empezará de la descripción para señalar e identificar las características más resaltantes que sirvan para una mejor comprensión del contexto en el que se circunscribe. En ese sentido, el alcance de la investigación corresponde a un nivel de descripción básico; que va a permitir conocer la aplicación del marketing digital como herramienta de difusión, lo que puede contribuir para un aporte a otros tipos de investigaciones en archivos en general.

### **3.3 Diseño de la investigación**

El diseño que se adecuó con precisión al trabajo de investigación fue el diseño de estudio de caso, porque su objeto de estudio inicia con el análisis de un caso individual o particular. En ese sentido Mendívil (2020), sustenta que el estudio de caso se concibe como un enfoque cualitativo, puesto que el investigador explora un caso e indaga minuciosamente por medio de diversas fuentes de información dando como resultado, la descripción al detalle tanto del caso como de los temas que surgen del mismo y, en base al cual se realiza un informe detallado. Tiene como característica, que centra su foco en el caso (persona, aula, institución, proyecto, política, grupo, etc.), y además el caso resalta por su especificidad y singularidad.

De la misma manera Sátyro & D'Albuquerque (2020), afirman que el diseño de un estudio de caso es muy útil para comprender fenómenos sociales complejos que exigen una

investigación que preserve las características holísticas y desentrañe los procesos y mecanismos significativos, relativos al proceso central de análisis.

En esa misma línea, Melo & Morais (2018), definen el estudio de caso como una estrategia de la investigación cualitativa ligada a las ciencias humanas y sociales, que tiene como propósito comprender como se evidencia una determinada realidad, identificando las condiciones que lo generan.

Teniendo como base las citas anteriores, se concluye que el estudio de análisis de caso es el que más se amolda para el presente trabajo de investigación, en vista de que se examina un fenómeno en particular en sí mismo en un contexto real, en el que de acuerdo al interés del investigador uno o pocos elementos se describen para adentrarse o profundizar el caso puntual. Este diseño ofrece una gama de posibilidades para organizar una gran variedad de recursos de información como documentos, entrevistas, observaciones, entre otros; los que una vez recopilados sirven de sustento para el análisis de la información y, así obtener una mayor comprensión de los factores del caso en particular. En razón de lo fundamentado, la investigación realizada se centra en un análisis descriptivo de un estudio de caso específico: el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen.

### **3.4 Descripción del ámbito geográfico**

El archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, actualmente está ubicado en el departamento de Lima, distrito de Miraflores, representado por su Vda, Doña Mariana Mould de Pease, gestora de la “Colección Franklin Pease G.Y. para la historia andina del Perú”. El ámbito archivístico en el que se enmarca la investigación se estructura dentro de la sublínea de investigación “Rol de los archivos en la sociedad”.

En junio del 2017, como parte del curso de marketing se realizó una entrevista a la Dra. Mariana Mould, se visitó el archivo in situ y se compiló información relativa al archivo.

Considerando el escenario virtual generado a raíz de la pandemia, las entrevistas fueron virtuales para complementar y/o actualizar la información recopilada que sirvan de sustento para los fines de investigación; y se realizarán en la ciudad de Lima a través de herramientas de comunicación virtuales, teniendo como muestra seleccionada a dos profesionales de archivística y uno de historia.

### **3.5 Sistema de variables**

Lo conforman la definición conceptual y la definición operacional, que a continuación se presentan.

#### ***3.5.1 Definición conceptual***

Para la definición conceptual de marketing digital se consideró a Kotler, padre del marketing moderno, y para centrar la definición dentro de la gestión archivística, se valoró la definición de Neves, investigadora de nivel postdoctoral, reconocida a nivel internacional en temas de ciencias de la información, marketing digital en bibliotecas, archivos, etc. A continuación, se presentan estas definiciones:

El marketing digital o marketing 2.0 surge en la sociedad informacional y se desarrolla con las tecnologías de la información y comunicación. Se caracteriza porque los usuarios están permanentemente informados, pues comparan diversas ofertas de producto semejante. Para ello, la marca segmenta el mercado y pone a disposición productos que satisfagan las necesidades del público objetivo (Kotler et al, 2012).

El marketing digital aplicado en las unidades de información se entiende como un objetivo estratégico para que las instituciones (bibliotecas, archivos, etc.) puedan potencializar el contacto con su comunidad de usuarios, difundir de forma exponencial los servicios y productos de información. Además, les sirve como herramienta para dotar a los profesionales de información de estrategias imprescindibles para desarrollar la presencia digital en los medios de difusión (Neves, 2018).

### **3.5.2 Definición operacional**

La investigación tiene por título *Marketing digital para la difusión del archivo personal Franklin Pease García-Yrigoyen* teniendo una categoría principal el “marketing digital para la difusión del archivo personal” y tres subcategorías que son: el conocimiento que se tiene sobre el archivo, el público objetivo al que se va a difundir y las estrategias para la difusión del archivo.

Para profundizar en la categoría principal y/o subcategorías se empleará como técnica la entrevista, usando como herramienta una guía de entrevista. La población estuvo constituida por todos los profesionales ligados o vinculados al ámbito archivístico, de los que se seleccionó una muestra de tres profesionales en total, dos de archivística, y uno de historia. A la muestra elegida, se aplicará una guía de entrevista en base con base en las tres subcategorías.

## **3.6 Delimitaciones**

Las delimitaciones se refieren a los puntos concretos que se abordarán en un estudio; es decir, determinar con precisión hasta dónde llegará el desarrollo de una investigación, qué aspectos concretos se enfocarán en el transcurso de esta. Por ello, a continuación, se presentan las delimitaciones respectivas en cada aspecto.

### **3.6.1 Temática**

El estudio de investigación presentará el tema de marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, 2021, el cual aborda una categoría principal, que es el marketing digital para la difusión en un archivo personal y tres subcategorías o dimensiones: el archivo personal del historiador Franklin Pease, el público objetivo y las estrategias de difusión. El estudio se circunscribirá a recoger datos e información básicos descriptivos que den sustento a la investigación, los que más adelante serán disgregados para una mayor comprensión del tema de marketing en archivos personales y, en base al cual se podrá realizar la propuesta para el archivo personal en mención.

### ***3.6.2 Temporal***

El trabajo en mención se desarrollará en el transcurso del año lectivo 2021. Durante este periodo se compilará, organizará y esquematizará la información bibliográfica del tema con respecto a la situación problemática, las bases teóricas, la metodología de la investigación, y la validación del instrumento seleccionado (entrevista) por tres jueces expertos. El desarrollo de todos estos puntos será importante para dar sustento al estudio, además de tener una mayor comprensión de la realidad.

### ***3.6.3 Espacial***

La investigación referida al tema de marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, 2021, el archivo señalado se encuentra en la ciudad de Lima, distrito de Miraflores, representado por Mariana Mould de Pease.

## **3.7 Limitaciones**

Durante el proceso del desarrollo de la presente investigación, y considerando el contexto de la pandemia, se presentaron ciertas limitaciones relacionadas con los siguientes ítems:

1. Realizar una visita in situ al archivo personal de Franklin Pease para documentar y/o complementar información.
2. Disposición de escasos o casi nulos trabajos de investigación y artículos académicos en el país sobre el tema de marketing en archivos en general o estudios sobre archivos personales. Por el contrario, a nivel internacional, se contó con regular documentación sobre el tema, en especial, en Brasil.
3. La accesibilidad a las fuentes de información físicas en bibliotecas especializadas. Si bien al inicio fue una limitante, en el transcurso se compensó con la disponibilidad de valiosos recursos de información en open access, en repositorios de universidades, journals de investigación, libros electrónicos, entre otros. Asimismo, también fue

importante contar con bases de datos en la biblioteca de la UCSS.

4. La selección de los tres profesionales especialistas: Dos de archivos y uno de historia a quienes se les aplicó la entrevista, demandará tiempo y se adaptará de acuerdo con los tiempos y disponibilidad de los especialistas.

### **3.8 Población y muestra**

#### ***3.8.1 Población***

Determinar la población o universo es importante, ya que a través de ésta se identifican no solo a personas; sino también comunidades, procesos, documentos, objetos, etc., que comparten determinados atributos intrínsecos propios de una población.

En correspondencia a lo anterior, Ñaupas et al. (2018) sostienen que la población lo conforman personas, familias, fichas personales, etc. en la que se identifican y delimitan características específicas a estudiar, se procesan los resultados para establecer generalizaciones al respecto.

Para el trabajo de investigación, la población estuvo delimitada por todos los profesionales vinculados o que guarden relación con el ámbito archivístico, debido a que son los que conocen, en su mayoría, de archivos personales.

#### ***3.8.2 Muestra***

La muestra se determina con base en la población de la que se toma un grupo de personas con atributos que respondan a los fines de la investigación. A partir del análisis de resultados, el investigador infiere que los mismos también pueden ser interpretados para su empleo en la población. Al respecto, el concepto de muestra se sustenta con Hernández-Sampieri et al. (2014), que lo definen como el subgrupo de la población del que se compilan datos e información para luego extraer y seleccionar la información más relevante para la investigación.

Para los fines de investigación, la muestra estuvo conformada por tres profesionales

vinculados o que guarden relación con el ámbito archivístico: dos profesionales de archivo y, uno de historia; debido a esto, la muestra elegida será la adecuada para los fines del trabajo de investigación. En la muestra se consideró solo a tres porque fue una muestra no probabilística por conveniencia, de acuerdo con el criterio del investigador. Además, tomando en cuenta que son pocos los especialistas que actualmente están vinculados al ámbito archivístico, y que conocen archivos personales a nivel de Lima que se custodian en instituciones públicas o privadas, familias, etc.; lo que conllevó a que se circunscriba a dos profesionales con formación archivística y, uno de historia.

Se eligió la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que la investigación está direccionada a un grupo específico en donde el investigador es quién decide seleccionar una muestra que le sea accesible, identificable, que no le demande mucho tiempo en su análisis, y que además le brinde información relevante del estudio de investigación. Al respecto, Hernández-Sampieri et al (2014) explican sobre la utilidad de la muestra no probabilística para el investigador al ser muy significativas, pues permiten obtener los casos que pueden ser personas, objetos, contextos o situaciones que son de relevancia para el investigador, proporcionando datos de valor para someterlos a un análisis.

En el trabajo de investigación se empleó la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia, pues la selección de la muestra dependió de las características o los criterios que el investigador estime conveniente durante el proceso de investigación. Además, es por conveniencia porque el investigador tiene libre albedrío al seleccionar o tomar un(os) caso (s) que sea accesible, lo que se sostiene en lo apropiado por su accesibilidad y proximidad de los individuos para el investigador (Otzen & Manterola, 2017).



### **3.9 Técnica e instrumento de recolección de datos**

#### **3.9.1 Técnica**

Esta etapa se centra en determinar que instrumento(s) específico (s) de recolección de datos es el más adecuado para recabar datos e información para nuestro análisis de estudio. En ese sentido, para los fines del trabajo de investigación se usó como técnica la entrevista, por medio de la que se pudo recabar datos que más adelante se estructuran en información. Considerando la virtualidad, se puede dar también a través de canales digitales usados para este fin.

Con respecto a la técnica de entrevista, Ñaupás et al. (2018) señalan que es un diálogo en la que se interroga de forma verbal a un entrevistado para compilar, ampliar, verificar y corroborar datos e informaciones que contribuyan a los objetivos de la investigación planteada inicialmente.

Por ejemplo a partir de la entrevista a los tres profesionales vinculados al ámbito archivístico, se pudo inferir concepciones descriptivas o inferencias sobre el valor de la difusión de los archivos, conocer la percepción sobre cómo está siendo aplicado el marketing digital en el contexto de los archivos; qué herramientas de comunicación son necesarias para una adecuada difusión; todo lo que se configura en el actual contexto de los procesos de digitalización y de servicios virtuales que se han establecido con más énfasis en los archivos a raíz de la coyuntura sanitaria.

#### **3.9.2 Instrumento**

Sobre el instrumento empleado para la entrevista, se determinó aplicar una guía de entrevista. Al respecto, Bonilla y Rodríguez (2005) sostienen que es el protocolo de ayuda al entrevistador; puesto que le permite tener una referencia sobre los temas a desarrollar para configurarlos en base a un lenguaje cotidiano que se adecue al lenguaje del entrevistado.

Con relación a ello, las preguntas se planificaron con base en una guía de entrevista

semiestructurada, con preguntas relacionadas a la temática del objeto de investigación, la cual servirá de punto de partida sobre los ítems que se abordarán y desarrollarán con el entrevistado. Ñaupas et al. (2018) explican que permite que el entrevistador pueda incluir algunas interrogantes con el objetivo de clarificar algunos vacíos en la información, clarificar ideas, ampliar una temática relacionada a una pregunta formulada; lo que redundaría en que la guía no sea tan rígida.

Ampliando lo expuesto por el autor anterior, Mata (2020) afirma que tienen un alcance de más flexibilidad en relación a las estructuradas, ya que se inician con interrogantes previamente definidas, que puedan adecuarse a los entrevistados, siendo que esa característica le impregna cierta ventaja de ofrecer una gama de posibilidades para propiciar en el interlocutor, complementar un punto concreto o explayarse en un ítem que guarde relación, evitar confusiones y disminuir formalismos en el momento de la entrevista.

### **3.10 Validez**

La validez es importante para cuantificar si el instrumento seleccionado es el que mejor se encuadra al planteamiento del diseño de la investigación. En ese sentido, como se señaló líneas arriba, se eligió por instrumento una guía de entrevista.

Respaldando lo expuesto líneas arriba, Fuentes-Doria et al. (2020) afirman que la validez se refiere a la capacidad que otorga el instrumento al investigador para medir algo puntual. Los resultados obtenidos por el instrumento deben evidenciar el comportamiento explícito del contexto objeto de estudio.

Para los objetivos del diseño de investigación, el tipo de validez que mejor se amoldó es el de juicio de expertos, debido a que permitió conocer opiniones y juicios consistentes sobre el tema de marketing digital en archivos. Asimismo, la validez por juicio de expertos será avalada por tres especialistas en el tema, que serán dos expertos metodólogos del Departamento de Investigación de la UCSS y un docente especialista del área de Archivística y Gestión

Documental.

Fuentes-Doria et al. (2020) sostienen que el tipo de validez por juicio de expertos o de contenido se refiere al grado en que el instrumento evidencia un campo específico de contenido con respecto a lo que se mide, lo que se consigue por medio de las opiniones y valoraciones de expertos, que son los que garantizan que el instrumento empleado para medir la categoría y/o subcategorías son las más pertinentes del universo de las dimensiones.

### **3.11 Plan de recolección y procesamiento de datos**

El plan se inicia con la recolección de datos en la que se empleó como técnica la entrevista con base en una guía de entrevista semiestructurada a tres especialistas de la ciudad de Lima: dos profesionales de archivística y uno de historia. Tuvo una duración de alrededor 60 minutos. La entrevista se coordinó con antelación por correo electrónico para luego concretarse empleando medios virtuales como Zoom y Google Meet.

Posterior a ello, se procesó la información obtenida en base a un análisis comparativo de textos, para tomar los datos e información de mayor significado o contenido que contribuyeron a la investigación objeto de estudio. Para el procesamiento de información fue suficiente disponer de un Programa de office de Word para compilar y sistematizar la información.

## CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En seguida, se presentarán los resultados del instrumento aplicado al grupo de análisis. Primero, se exponen los resultados recabados en la guía de entrevista que comprende 20 preguntas aplicada a tres profesionales especialistas en archivos. Estos se distribuyen en tres tablas (ver: anexo 6, 7 y 8), una por cada subcategoría en la investigación.

### **Subcategoría 1: Archivo personal de Franklin Pease**

Se presenta a continuación la tabla 1 la cual está compuesta por ocho preguntas que describen los resultados sistematizados en la aplicación de la guía de entrevista del grupo de análisis. Estos están relacionados a la subcategoría *Archivo personal de Franklin Pease* en el que se describen las respuestas más relevantes que fueron brindadas por tres profesionales especialistas en archivos (Frasas codificadas). Asimismo, se presenta una síntesis de la información de los entrevistados con respecto a las preguntas planteadas (recopilación de resultados). A partir de esto, se ha realizado un resumen de los resultados de esta subcategoría (ver anexo 6).

Con respecto a esta subcategoría, las respuestas de los entrevistados manifestaron en su mayoría que los archivos personales son fuentes de información relevantes por su valor histórico, social y cultural; además por la significancia que le otorga cada persona y la sociedad. Siendo así que el archivo de Franklin Pease representa un acervo muy valioso; por ello, conservarlo y preservarlo se debe a cuestiones históricas, de investigación y por todo el potencial que representa en sí el acervo personal del principal historiador que impulsó y dio a conocer la historia andina.

**Tabla 1***Resultados de la subcategoría Archivo personal de Franklin Pease—guía de entrevista*

Pregunta	Recopilación de resultados
1. ¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?	Los entrevistados señalaron que los archivos personales son de gran valor histórico, social y cultural que le otorga la sociedad y los ciudadanos. Además, como fuentes de información relevantes para el estudio de la evolución en estos aspectos.
2. ¿Qué retos afrontan los archivos personales?	Los entrevistados opinaron que los principales retos están relacionados a la falta de políticas públicas, así como a la desidia política no solo de archivos personales; sino del patrimonio documental y bibliográfico; puesto que no se cuenta con políticas claras sobre su adecuada gestión. Esto se evidencia en su diseminación en distintos ámbitos: familias, instituciones, centros culturales, bibliotecas, etc.; por ello debería realizarse un trabajo más cohesionado para identificar dónde se encuentran. Asimismo, otro reto es la falta de espacios.
3. ¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?	Los entrevistados expusieron los variados potenciales referidos al valor social, histórico y cultural; por ejemplo en el caso del archivo Mariátegui se terminó realizando un trabajo de gestión cultural: curaduría, exposiciones catálogos, etc. que sirvió para que el archivo tenga más alcance, y no solo se enfoque desde el punto de vista papel. Igualmente, el potencial depende del tipo de documentos que se custodien, de la actividad de sus creadores (literatos, artistas, historiadores, autoridades, etc.), todo lo cual permite tener una referencia para la investigación. Por último, dar prioridad a la cultura, y siendo así que los archivos personales sean valorados en la sociedad como tal.
4. ¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación deberían tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?	Los entrevistados expresaron que existe una desidia política y que una ley no puede cambiar todo el contexto actual. Las políticas tendrían que iniciarse desde la misma gestión, desde el procesamiento de las colecciones que es un trabajo permanente no solo desde el Estado; sino desde la comunidad archivística. Para generar políticas específicas es importante conocer qué se requiere a nivel macro para luego ir a lo micro. Asimismo, conociendo que los archivos son fuente de cualquier investigación, existe escasa preocupación con respecto a su gestión. La conservación y organización es un punto importante para lo cual hay que considerar el tamaño de la colección para disponer de un espacio adecuado y, una vez ya organizados, ponerlo al servicio teniendo en cuenta el periodo de vigencia, los valores de la documentación, medidas de conservación, etc.
5. ¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?	Los entrevistados resaltaron que los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital principalmente por cuestiones de espacio y porque se facilita que sean más accesibles, disminuye su manipulación al contar con Back-Ups o con copias en la nube. Además, su traspaso es primordial para su preservación y conservación lo que repercute en que el trabajo fluya de manera óptima por ejemplo en el mismo servicio o en las solicitudes de información; en este sentido una de las funciones que tiene la digitalización es el de brindar mayor alcance a las personas, lo que facilita el acceso abierto. No obstante, otro de los retos es que el proceso de digitalización resulta costoso.
6. Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador. ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?	Los entrevistados destacaron que conservar el archivo de Franklin Pease es un sentido de responsabilidad, pues como dice Marco Curatola: “gracias a la obra de Franklin Pease, la historia andina es hoy considerada como una parte fundamental de la historia del Perú. XX. Se debería conservar el archivo de Franklin Pease por cuestiones históricas, de investigación es todo el potencial que puede generar su archivo, permite conocer no solamente al historiador sino a la persona, conocer no solo la correspondencia; sino también sus manuscritos de investigación que forma parte de su acervo personal, las fichas de los materiales que investigó, la bibliografía de sus investigaciones, artículos, recortes de periódicos, etc.
7. ¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?	Los entrevistados manifestaron que el archivo de Franklin Pease se ha difundido entre investigadores, personas interesadas que lo han consultado. Franklin Pease ocupó diversos cargos públicos como director del Museo Nacional de Historia en Pueblo Libre y director de la Biblioteca Nacional del Perú, teniendo una vocación de servicio por el sector cultura en el país. Asimismo, se indicó sobre el conocimiento de Franklin Pease y su archivo es volver a buscar los referentes, realizar un trabajo de campo con los propios historiadores para conocer cuál es la idea que tienen de él, qué trabajos han leído o usado para sus investigaciones, etc. Se podría hacer un trabajo desde el archivo, y verlo como

8. ¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?

un referente actual que tiene repercusión. Es un derrotero para las futuras investigaciones, tener acceso a parte de sus trabajos de investigación sería muy importante.

Los entrevistados hicieron hincapié en que una cuestión importante para que se haya preservado el archivo de Franklin Pease fue que la familia haya vivido siempre en la misma casa; el archivo incluye correspondencia, archivos familiares previos, además de su trabajo como profesor de historia de la Universidad Católica, de la Universidad Nacional de Cusco, etc. Sería importante y relevante para la sociedad conocer que hay detrás de todo su trabajo de investigación, de cómo investigaba, conocer al historiador en la parte humana.

Igualmente se indicó que Franklin Pease tiene una gran repercusión en la sociedad, en realidad es conocerlo no solamente desde las ciencias sociales; sino también desde su lado humano, desde las personas que giraron alrededor de él; que su conocimiento se abra hacia otro nicho de personas que no sean solo investigadores. Además, otras personas se pueden conocer incluso su propia esposa. El archivo de Franklin existe por ella en realidad; entonces esa figura es importante también rescatarla. Lo mismo ocurre con el archivo de Mariátegui: existe por su esposa Anna Chiappe.

---

Fuente. Elaboración propia

## **Subcategoría 2: Público objetivo**

Seguidamente, la tabla 2 está compuesta por cinco preguntas que describen los resultados sistematizados en la aplicación de la guía de entrevista del grupo de análisis; relacionados a la subcategoría *público objetivo*. Se detallan las respuestas de más relevancia brindadas por los tres profesionales especialistas en archivos (frases codificadas). Asimismo, se presenta una síntesis de la información brindada por los entrevistados con respecto a la pregunta planteada (recopilación de resultados). A partir de ello, se ha realizado un resumen de los resultados de esta subcategoría (ver: anexo 7).

Con relación a la subcategoría, las respuestas de los entrevistados evidenciaron principalmente que los usuarios tienen distintos perfiles e intereses; por lo que existe una transversalidad de necesidades de información. Por ejemplo, si es público de arte o ciencias sociales. También de acuerdo con el tipo de archivo, en el enfoque de la investigación muchas veces las consultas no son de índole de investigación; sino simplemente curiosidades básicas respecto al archivo o al personaje. Igualmente, los usuarios requieren que al menos el archivo disponga de un catálogo o guía de los recursos, si no se cuenta con acceso digital al archivo.

**Tabla 2***Resultados de la subcategoría público objetivo—guía de entrevista*

Pregunta	Recopilación de resultados
9. ¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?	Los entrevistados expusieron que los investigadores que acuden a un archivo presentan distintos perfiles e intereses y principalmente han sido historiadores interesados en la obra de Franklin Pease. Así pues, va a depender del tipo de archivo que se custodie o se esté investigando, así tenemos si son archivos de escritores por lo general será público de humanidades o si son archivos de historiadores, público de ciencias sociales, que los estudian más como fuente primaria que como un fondo en sí. Por otra parte, el usuario también tendrá que ser ordenado, respetar y ser honesto con respecto a la información que recopila, no tergiversando la información.
10. Según su opinión, ¿cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?	Los entrevistados manifestaron que hay una transversalidad de interés, por ejemplo, en el caso del público de arte o de ciencias sociales sus enfoques de investigación son totalmente distintos. Los primeros investigan documentos referidos a las vanguardias de inicios del siglo XX; los segundos, tienen un tema ya delimitado y buscan información mucho más puntual. A otros usuarios por ejemplo solo les interesa conocer al archivo en sí o al personaje, a veces son consultas sobre dudas personales o curiosidades que no necesariamente son de investigación. Igualmente, un segundo entrevistado manifestó que el usuario acudirá consulta una colección dependiendo del tipo de archivo o de las líneas de investigación a realizar. Por ello, los intereses varían bastante de acuerdo con el punto de partida de la investigación. Finalmente, la última entrevistada señaló que, en el caso de Franklin Pease, como historiadora revisó y analizó documentos que proporcionó su archivo sobre historia andina: los incas, sociedad andina, crónicas, cartas personales, etc.
11. En el contexto actual, ¿qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?	Los entrevistados enunciaron que actualmente con la digitalización las instituciones pueden ofrecer diversos servicios en tiempo real a los ciudadanos que buscan acceder a documentos de archivos personales; puesto que lo que buscan es que sea de descarga gratuita, que la descripción del documento sea la óptima y la visibilidad del sitio web capte el interés de los usuarios. Los usuarios también requieren que la información sea lo más actualizada, que sus consultas sean absueltas de forma rápida e inmediata. Además, si no existen procesos de digitalización del archivo, esperan al menos disponer de un inventario o una guía de recursos para para conocer con qué información y documentación cuenta el archivo. Al mismo tiempo, los intereses virtuales están referidos en relación con el tipo de investigación o al acceso; lo que implica que los documentos estén disponibles y/o accesibles vías remota, es decir, consultarlos de manera directa o acceder a los inventarios.
12. ¿Qué sector de ciudadanos podría interesarse en los archivos personales?	Los entrevistados indicaron que el sector principal, indistintamente del área que están investigando, son los investigadores; sin embargo, el público es muy amplio y diverso, incluye a cualquier público que tenga interés en temas archivísticos. Por ejemplo, un sector podría ser el área educativa: escolares, jóvenes, universitarios, investigadores, etc. Siguiendo la línea anterior no hay un sector específico, no necesariamente un historiador o antropólogo pueden ser ciudadanos que le guste investigar, escribir y consultar fuentes de primera mano.
13. ¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?	En primer lugar, los entrevistados manifestaron que se debe contar con un archivero, buscar apoyo económico de instituciones y empresas que coadyuven al desarrollo de proyectos, así como a la organización y puesta en servicio de documentos de valor histórico, social y cultural. Igualmente, el disponer de herramientas digitales como redes sociales, visualizaciones de datos, mapas geográficos de líneas de tiempo vinculadas a los personajes y a las ciudades que frecuente para captar el interés del público y vincularlo a los documentos con los que cuenta el archivo, recursos que sean visibles y con fuentes de información

relevantes. Un punto crucial también es la política de difusión para conocer qué información presenta el archivo; por ello las instituciones deben contar con un plan de marketing que facilite la difusión a través de los catálogos con los que cuente y enlazarlo con las redes sociales, pues son las que actualmente tienen más llegada a todos: es una buena estrategia para atraer nuevo público al archivo.

---

Fuente. Elaboración propia

### Subcategoría 3: Estrategia de difusión

Finalmente, se concluye con la presentación de la tabla 3 la cual está compuesta por siete preguntas que describen los resultados sistematizados en la aplicación de la guía de entrevista del grupo de análisis, relacionados a la subcategoría *estrategias de difusión* consiguiéndose las respuestas de más relevancia brindadas por los tres profesionales especialistas en archivos (frases codificadas). Asimismo, se presenta una síntesis de la información brindada por los entrevistados con respecto a la pregunta planteada (recopilación de resultados). A partir de ello, se ha realizado una sinopsis de los resultados de esta subcategoría (ver: anexo 8).

Por lo tanto, las respuestas de los entrevistados resaltan que actualmente el marketing digital es clave no solo para impulsar la difusión; sino que también es una herramienta con muchas potencialidades que contribuye a la visibilidad, comunicación e impacta en las otras áreas del archivo y de la institución.

### Tabla 3

#### *Resultados de la subcategoría estrategias de difusión—guía de entrevista*

Pregunta	Respuesta
14. ¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?	Los entrevistados señalaron que el marketing ayuda a la difusión cultural de los archivos, por medio de este se puede comunicar, difundir en internet, así se comience por lo más básico. Asimismo, contribuye a su visibilidad e impacta en todas las otras áreas del archivo, con lo cual en un futuro se podría participar en proyectos para obtener fondos. Asimismo, por medio del uso de las redes sociales, se comunica sobre los archivos personales de forma integral para todos aquellos ciudadanos interesados; puesto que si se desconoce de su existencia no va a tener la importancia o valor para la sociedad.
15. ¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?	Los entrevistados manifestaron que es importante el rol de la familia en la conservación y preservación de archivos personales; puesto que de esta



forma se lograría una estrategia de difusión de manera oral para conocer al personaje del archivo.

En ese sentido, se mencionó la relevancia de identificar en el archivo documentos que tienen gran valor documental que puedan generar acercamiento al archivo por parte de los usuarios, captando así su interés. Igual de indispensable, el realizar un inventario de este y descripción adecuada (captions) como estrategia de imagen. Asimismo, otra estrategia a considerar pueden ser las visitas guiadas y exposiciones de forma presencial o virtual para niños, estudiantes, universitarios, etc.

16. ¿Qué acciones concretas de difusión se puedan considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?

Uno de los entrevistados, la viuda de Franklin Pease, expresó que se debe evaluar y tomar una decisión concreta para realizar la transferencia del archivo personal de Franklin Pease. Por otra parte, el siguiente entrevistado señaló que tener y utilizar highlights (historias destacadas) dentro de lo que hay en el archivo: documentos relacionados directamente sobre temas de historia o definir los más relevantes con los cuales se puede realizar una segmentación con la documentación. Finalmente, se enfatizó en la publicación de un catálogo digital de la colección como una acción concreta de difusión, posteriormente al ya saber qué documentos existen dentro del archivo se puede realizar una digitalización de aquellos documentos que podría ser accesibles para los usuarios.

17. Según su opinión, ¿por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?

Los entrevistados hicieron hincapié en que las redes sociales sí son importantes; puesto que hoy por hoy han dinamizado la capacidad de comunicación. Tienen más llegada y alcance a todo público de distintas edades, nacionalidades por lo que es una oportunidad para que el archivo se abra hacia un público más global. Otro punto es evaluar qué red social es conveniente emplear según el objetivo a lograr de la institución: Facebook, TikTok, Instagram, Twitter Podcast, YouTube, Spotify, etc.

18. ¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?

Los entrevistados manifestaron que el marketing digital facilita la comunicación y dinamización de los archivos. Además, porque se puede generar *engagement* entre el archivo y el público interesado, lo que repercute en su visibilidad: que sepan de su existencia, que conozcan al personaje o despertar la curiosidad por el archivo de Franklin Pease. En esta perspectiva, el marketing digital no se limita a elaborar un catálogo digital; sino que ofrece un abanico de posibilidades para formular estrategias de difusión: presentación del archivo, carta de servicios, documentos relevantes que capte la atención del público.

19. ¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para difundir un archivo personal?

Los entrevistados expusieron que los medios de difusión en su mayoría son las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, etc. dependiendo de qué objetivo se quiere lograr, qué red se utilice, a qué público nos dirigimos principalmente. También están los canales como YouTube, Vimeo, página web, dirección de correo electrónico, etc.

En esta perspectiva, también se debe tener en cuenta a los académicos; es decir, todos aquellos investigadores o usuarios que ya conocen de archivos personales, y ayudan a difundir académicamente en otros espacios

20. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?

Los entrevistados expusieron que en primer lugar debe estar adecuadamente organizados y clasificados, ser de libre acceso, pero en todo este proceso se requieren medios económicos y humanos.

Otro punto importante, es la elaboración de un guion del paso a paso sobre qué información o documentos se va a mostrar al público interesado en el archivo: escrita, de contenido, gráfica. Por último, disponer de un gestor de archivos de software libre como Atom, Collective Access; aun así, algunos archivos utilizan Wordpress; puesto que no cuenta con los medios económicos para contar con un desarrollador. Otras herramientas son Flickr que sirve para estructurar colecciones o ArcGis para la información geográfica de documentos como mapas impresos, interactivos, etc.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES

### Discusión

El presente trabajo de investigación presentó como objetivo central analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima-2021. Luego de haber realizado todos los procesos de recojo de información, se expondrá enseguida la discusión relacionada a los resultados conseguidos con el fin de reforzar lo obtenido y así pueda servir de sustento para estudios posteriores de investigación.

La discusión tiene por objetivo encontrar similitudes y diferencias en los resultados obtenidos para luego realizar un comparación y discusión sobre la información sistematizada conseguida del instrumento en relación con investigaciones de otros autores. Esta servirá de sustento para obtener semejanzas y contrastes en los resultados obtenidos para luego realizar un comentario crítico al respecto.

El trabajo de investigación en curso presentó tres subcategorías a desarrollar: *archivo personal de Franklin Pease, público objetivo y estrategias de difusión*; enmarcadas en la categoría principal: marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease.

Para lograr el análisis se ha aplicado una guía de entrevista semiestructurada de veinte preguntas a tres profesionales especialistas en el área de archivos. Es así como el instrumento utilizado ha permitido recabar información relevante para la posterior sistematización de la información respecto a la categoría principal.

A continuación, se presenta una sinopsis de los resultados obtenidos por cada subcategoría.

Sobre los resultados recopilados respecto a la primera subcategoría *archivo personal de Franklin Pease*, los entrevistados resaltaron que los archivos personales son valiosos históricamente, socialmente, culturalmente, etc. para la sociedad y los ciudadanos. En contraste con este aspecto, muchos archivos están desatendidos, dispersos, se desconoce de su existencia,

de su potencial real. Sumado a ello, las escasas políticas del AGN sobre esta materia resultan insuficientes; ya que, en la práctica si bien existe una legislación de manera general, en la práctica no está del todo articulada con la real situación de los archivos personales, hace falta que los actores involucrados: archiveros, autoridades culturales, ciudadanos, etc. tomen conciencia de la magnitud de este tipo de archivos.

Por otro parte, sobre los archivos personales en la sociedad, los entrevistados expresaron que son fuentes de información relevantes para el estudio de la evolución social e histórica; por lo que es importantes preservarlos. No obstante, también se requiere que las autoridades inmersas en el sector cultura tomen en cuenta a los archivos de interés público, privados, históricos, etc.

Los entrevistados, con respecto a los retos de los archivos personales, indicaron que algunos son la falta de políticas públicas y la desidia política no solo de archivos personales; sino del patrimonio documental y bibliográfico; puesto que, no se cuenta con políticas claras sobre su adecuada gestión. Esto se evidencia en su diseminación en distintos ámbitos: familias, instituciones, centros culturales, museos, etc.; por ello, debería realizarse un trabajo más cohesionado respecto a su tratamiento y su disposición al público.

Por otro lado, los entrevistados sobre el tema de las políticas archivísticas de archivos personales, indicaron que las autoridades conocen que los archivos son fuente de cualquier investigación; sin embargo, se nota una desidia política, además de una escasa preocupación con respecto a la gestión de este tipo de acervos. No obstante, existen normativas que los contemplan como la ley N° 25323: ley del Sistema Nacional de Archivos (1991) y su decreto supremo N° 008-92-JUS (1992). Este último en su artículo 4 se menciona que el patrimonio documental de la nación incluye a los archivos públicos y privados del país, y que coadyuvan a la investigación en distintas perspectivas: legales, histórico, sociales, económicos y políticos.

Referente a los resultados sobre el traspaso de archivos personales a un soporte digital, en diálogo con los especialistas, no solo se está dando para los archivos personales; sino en general en los archivos; puesto que, el actual contexto sanitario ha impulsado una transformación digital en todas las áreas de las instituciones culturales que incluyen a los archivos. De la misma manera, la migración se debe dar porque facilita el flujo del servicio de atención a los usuarios, la accesibilidad, preservación digital; así como disminuye la manipulación, el almacenamiento físico. No obstante, otro de los retos es que el proceso de digitalización resulta costoso; puesto que, hay que considerar *back-ups* o copias en la nube, contar con asesoría especializada, etc.

En la entrevista con los especialistas respecto al archivo de Franklin Pease y la repercusión de su archivo en la actualidad, los entrevistados señalaron que la conservación de su archivo es fundamental para prolongar con su legado de historiador y de investigador; porque formó e inspiró a una nueva generación de historiadores, por la trascendencia de su obra, y además porque continúa siendo un derrotero no solo para los nuevos investigadores; sino para cualquier ciudadano interesado en su obra. Por ello, a través de su archivo, conocer de forma general y/o profundizar en las fuentes en las que se basó, de cómo investigó, los temas que abordó Franklin Pease en toda su obra, y en sí también, valorar al historiador, a su entorno familiar y a todas las personas que lo conocieron e interactuaron con él. Su archivo tiene trascendencia para la sociedad, siendo un factor que destacar la labor de la familia, en especial de Mariana Mould de Pease.

En resumen, luego de la aplicación del instrumento es posible señalar la similitud entre los resultados recabados a la unidad objeto de estudio; puesto que presentan uniformidad con las respuestas de los entrevistados, quienes brindaron información relevante, precisa y, en otros, casos las ampliaron dada su experiencia en el área y conocimiento.

Los anteriores resultados descritos líneas arriba concuerdan con Lopes y Rodrigues (2018) los cuales señalan que mayormente los archivos personales son custodiados en centros de documentación, museos, bibliotecas y archivos; cuando finalmente están disponibles para su consulta transitan por una etapa de institucionalización, la cual tiene como punto de partida el diálogo entre el donador y la familia, y la institución que lo custodiará. La adquisición de estos acervos personales está en relación con la toma de decisiones de distintos actores (titulares, familiares, herederos y archiveros) que en muchos casos presenta opiniones contrapuestas, sobre las formas de reproducción y acceso de las fuentes documentales.

Del mismo modo Fonseca (2015) destaca que la importancia social de los documentos influye en el acceso, ya que a partir de ello surgirá el interés y valoración sobre el nivel de sensibilidad de información en los mismos.

Por otra parte, también menciona que los acervos personales comprenden diversos tipos y soportes documentales por concentrar documentación de personas, siendo muchos productos de la acumulación. Sin embargo, esos acervos pueden ser documentos que son públicos en función de la institución emisora, pero que a la vez se impregnan de un carácter personal por referirse/pertenecer a un determinado sujeto, como el caso de documentos notariales, notas escolares, certificado de nacimiento, matrimonio, etc. Así, el tratamiento adecuado que presentan estas dos tendencias suele ser difícil, lo que hacen que la definición y distinción de archivos personales sea en mayor o menor medida algunas veces complejo y delicado.

En la investigación desarrollada se ha confirmado mayormente lo sustentado por Lopes y Rodrigues; puesto que, los entrevistados han señalado que los archivos personales son importantes como fuentes de información para la investigación histórica, social, cultural, etc.; pero se requiere que los archiveros participen en políticas o lineamientos específicos para su óptima gestión. Difieren en parte con Fonseca, quién señala que muchos de los documentos en los archivos personales tienen un carácter personal y particular en función de la actividad

pública o privada del individuo, y que este marcado matiz muchas veces dificulta que no haya comprensión intrínseca de estos tipos de documentos, lo que afecta que sean tratados adecuadamente.

Sobre la aplicación de la guía de entrevista para la segunda subcategoría *público objetivo*, los resultados recopilados a los tres entrevistados refieren que el público interesado en archivos personales es muy diverso y amplio, no solo se circunscribe a investigadores, historiadores, antropólogos, escritores, periodistas, etc.; sino a cualquier ciudadano que tenga curiosidad o interés en este tipo de acervos personales. Por consiguiente, el interés del público puede partir de una simple curiosidad, alguna consulta general sobre los temas que aborda el archivo, de los documentos o el personaje del archivo; en otros casos el interés está dado por el tipo de investigación a desarrollar.

En el contexto actual, el público requiere que los documentos estén disponibles y/o sean accesibles para la descarga gratuita, buscan bases de datos, plataformas o repositorios que les faciliten la información (acervos digitalizados), solicitudes de documentos en el menor tiempo posible, comparten e intercambian información en grupos de investigación en redes de investigación o comunidades de usuarios de archivos.

Por otra parte, referido al perfil de los usuarios de información de archivos personales, así como a los nuevos intereses virtuales, los entrevistados indicaron que las necesidades de información se han dinamizado y diversificado, por lo cual los usuarios solicitan que se dispongan de acervos digitalizados que sean de descarga libre, que la descripción archivística sea óptima, que el sitio web y los enlaces los guíen hacia lo que están buscando.

Sobre el perfil e intereses están en relación con el tipo de archivo personal a investigar, el periodo que comprende la documentación, los tipos documentales, el tema y el enfoque de la investigación, la formación del investigador y su grado de especialización. El perfil en el caso de investigadores generalmente es diverso y amplio por la misma especificidad del estudio. No

obstante, también los archivos en general pueden abarcar a otro tipo de público como estudiantes universitarios, escolares o cualquier ciudadano que muestre interés. Esto se vincula con estrategias de difusión cultural para atraer a un nuevo público al archivo como la difusión en redes sociales, realizar actividades en torno a un tema o a una fecha, elaborar una guía informativa, un catálogo de los documentos, una guía de temática, de servicios, conferencias u otros.

En función a lo planteado líneas arriba, los resultados descritos concuerdan con Calva (2021) quién postula que el usuario es el pilar del archivo porque busca y usa la información, y a su vez la reelabora para nuevas investigaciones. Es en este proceso, en que la información requiere de la intermediación, hay una conexión entre el usuario y el archivista. En esa línea, la información que custodian los archivos debe estar organizada, brindando facilidades para que el usuario cuente con la información puntual que requiere en el momento con el fin de que pueda ser accesible.

De igual manera, Velloso de Oliveira (2021) menciona que los usuarios deben disponer de instrumentos que coadyuven en su investigación con seguridad e independencia, y los archivistas, una herramienta de gestión del acervo para el control de contenido documental. Igualmente, señala que los archivos personales muestran lo humano y también la forma de vincularse de los individuos con las instituciones. Siendo que a partir de estos archivos tenemos un panorama más completo del rol de la persona en la sociedad y las distintas construcciones sociales.

Estos tipos de archivos son importantes en las instituciones archivísticas y de preservación, por lo que deben estar más presentes y ser contemplados dentro de la archivística para que se reconozca su valor, propiciando así que sean objeto de investigación en el área.

Calva y Velloso de Oliveira concuerdan con lo planteado en el diálogo con los entrevistados, puesto que para los usuarios es relevante identificar y conocer que información

presenta un archivo personal para profundizar en la investigación que están realizando; por ello el archivo debe disponer de herramientas como inventarios, catálogos o guías sobre la colección. Es importante el rol como facilitador del archivero desde la organización documental, descripción archivística para su disposición y puesta final al servicio del usuario.

Por último, del análisis de los resultados recopilados en la subcategoría *estrategias de difusión*, los entrevistados manifestaron que un punto importante es emplear el marketing digital, difundir gradualmente lo que se tiene en el archivo: los documentos, el personaje del archivo, su trayectoria, sus publicaciones, etc.; ya que, si no se conoce de la existencia de un acervo, no existe para la sociedad. En ese sentido, señalaron que el marketing digital y las redes sociales de comunicación permiten tener una mayor llegada y una visibilidad no solo en el aspecto de difundir el contenido del archivo; sino que también repercute en las distintas áreas del archivo, impregnándolo de dinamismo, lo cual permite más adelante participar de proyectos del Estado o del sector privado a través de fondos concursables (local, regional, nacional o internacional).

Relativo a las cuestiones sobre el marketing en la difusión de un archivo personal, todos los entrevistados manifestaron que el marketing contribuye en su visibilidad; es decir, permite “comunicar” que el público conozca no solo de la existencia de un archivo personal; sino que realice consultas sobre el acervo, el personaje, asistan a una visita guiada, exposición o conferencia, etc.

La mayoría de los entrevistados, con respecto al marketing digital en la difusión de archivos personales, resaltaron que impulsa mucho la comunicación haciendo que cobre protagonismo al interior y exterior. Cuando un archivo empieza por lo más básico, es importante buscar objetivos pequeños para disgregarlos luego en estrategias adecuadas. En resumen, el marketing digital si bien se asiste de herramientas digitales, se inicia con el planteamiento de objetivos, estrategias y tácticas de difusión.



En esta perspectiva, el marketing digital no se limita a elaborar un catálogo digital, posts o hacer difusión en una red(es) social(es) en un periodo; sino que esta debe ser continua y atractiva para el público. Entonces, se requiere formular estrategias de difusión como presentación del archivo, carta de servicios y documentos relevantes que capten la atención del público, etc. y constantemente ir renovando las ofertas informativas y de difusión.

Sobre las estrategias de difusión en archivos personales, los entrevistados señalaron que primero se puede empezar por identificar en el archivo cuáles son las piezas documentales relevantes que podrían generar *engagement* (atracción e interacción del público a través de los canales de comunicación digitales que emplea el archivo) y de esas piezas seleccionar una o dos que sean destacables para el público. Asimismo, las estrategias se pueden ir formulando también de acuerdo el tipo de acervo (impresos, fotográficos, sonoros, manuscritos), de la accesibilidad, de la relevancia del personaje, entre otros.

Sobre las acciones a considerar para la difusión del archivo de Franklin Pease, la viuda señaló que en primer lugar, está evaluando qué institución lo custodiará finalmente si el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú (Antes Museo Nacional de Historia del Perú) o la Biblioteca Nacional del Perú, en los cuales se desempeñó como funcionario público, ocupando en la primera entidad el cargo de secretario de redacción de la revista *Historia y Cultura* entre 1964 a 1968, y luego el de director del Museo de 1969 a 1974, y en la segunda institución el de director general de 1983 a 1986. En ambas instituciones continuó su faceta como intelectual, investigador, editor, gestor cultural y docente, puesto que, siempre tuvo una gran vocación de servicio por el sector editorial, cultural y educativo del país. De igual manera, conocer qué temática estudió Franklin Pease para identificar qué documentos son de interés para el público, y cuáles están disponibles para el acceso; contar con herramientas como guías, catálogo digital, etc. Dentro de los archivos personales es importante el rol de la familia en su conservación y preservación, puesto que son los que propician esa relación entre el

archivo, la sociedad y ciudadanos.

Referentes la importancia de las redes sociales y qué canales digitales ayudan para la difusión de archivos personales, en el diálogo con los entrevistados se destacó que han agilizado la comunicación e interacción, permite tener una mayor difusión selectiva de la información documental que ofrece un archivo, además de un mayor alcance y llegada a un público diverso, mejorando el acceso a la información que se requiere en el momento, generando un mayor engranaje e interacción del público con el archivo. Otro punto es considerar qué red social emplear de acuerdo con el objetivo, el público al cual va dirigido, el contenido que se va a publicar, etc. Así tenemos que los contenidos en Facebook son más textuales y visuales mientras que en Twitter, los textos son más breves y pueden incluir enlaces o imágenes, WhatsApp se enfoca en difundir un producto o servicio, etc.; Instagram, es más visual mientras que Tik Tok se centra más en pequeños *reels* breves de hasta 60 segundos. Igualmente, se puede optar por hacer difusión complementaria por otros canales de comunicación como: YouTube, Vimeo, Podcast, Spotify; sitio web, correos. Según el estudio de Ipsos en el 2021 las cinco redes más usadas fueron: Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger, las dos primeras tuvieron más inscritos, pero Tik Tok fue la que tuvo un mayor despegue en ese año.

Con respecto a la organización de contenido en una plataforma digital de un archivo personal, los entrevistados indicaron que el disponer de un sitio web posibilita un mayor comunicación, interacción y navegación del público. Es importante que en primer lugar se haya trabajado la organización del acervo documental, realizado los procesos archivísticos para luego se establezcan secciones tales como presentación, colecciones, fondos, catálogos, guía de fondos, políticas respecto al acceso, etc. En esta misma línea, lo ideal sería contar con un gestor de archivos como Atom o Collective Access, este último se centra en colecciones de archivos, museos y en especial de arte; así como contar con el acompañamiento inicial de un desarrollador de software. Sin embargo, en la realidad no todos los archivos personales o archivos en general

cuentan con personal técnico ni disponen de grandes recursos económicos para todo lo que implica gestionar un sitio web; por lo que muchos utilizan Wordpress para presentar su archivo, ya que es más sencillo y menos costoso.

Los resultados son similares con el de Wellausen (2020) quién afirma que el objetivo principal de un proceso de difusión es poner a disposición contenido diverso y atractivo de información para la mayor cantidad de público; es decir, llegar al usuario final de la información: investigadores, estudiantes, profesores o al ciudadano en general. Su función es difundir el potencial del archivo, transformar el documento en bruto en investigación plasmada, fomentar la investigación, elaborar lecturas de historia y dar a conocer el acervo utilizando un lenguaje sencillo que el público final comprenda.

Dentro de las acciones de difusión archivística figuran la publicación de catálogos, libros, periódicos y contenidos en línea, los cuales están conectados a los acervos y a las memorias que preservan como la organización de exposiciones, conferencias y cursos, efectuar visitas guiadas o servicio a un grupo de estudiantes, preparación de materiales didácticos y talleres pedagógicos con documentos y materiales del acervo del archivo.

La perspectiva de Wellausen concuerdan con lo planteado en el diálogo con los entrevistados, puesto que no solo se trata de proporcionar abundante información a los usuarios o emplear varias redes sociales; sino todo lo contrario, centrarse en una o dos redes sociales de comunicación que tengan alcance, considerando también las necesidades informacionales del público objetivo.

En resumen, del análisis de las tres subcategorías precedentes se ha evidenciado que, a partir de esta investigación, el marketing digital en los archivos es primordial para visibilizarlo para comunicar a los usuarios reales, potenciales, virtuales su contenido; de esta manera contribuye en su dinamización, por ello el uso de canales virtuales representa una oportunidad para que el archivo se dé a conocer a otro público interesado.

Desde el análisis de Giroto y Formentini (2017), el marketing digital contribuye a expandir las actividades en los archivos como descripción, gestión, custodia y acceso brindando avances de mejora para la disponibilidad y gestión de la información, englobando la difusión en redes de comunicación.

En instituciones de gestión archivística el campo de actuación del marketing digital debe respaldarse con estrategias únicas y diversificadas en base a los diversos retos que enfrentan: falta de políticas públicas, de recursos económicos, del rol de los profesionales en el área, y aún una difícil ruptura con su custodia. Todos estos factores, manifiestan el importante proceso de gestión y educativo a ser fortalecido para que las instituciones logren alcanzar asuntos de su procesamiento, conocer al público y sus intereses informacionales

Desde el enfoque de Carneiro et al. (2020) el marketing digital coadyuva en la visibilidad de los archivos personales, así como a descubrir sus potencialidades para difundirlos a la sociedad. Las estrategias de marketing digital constantemente se están transformando con el transcurrir del tiempo adaptándose a los nuevos contextos, para dejar de centrarse exclusivamente en productos y su venta, para abrirse paso a un marketing que no solo se enfoca en una relación con el usuario; sino que se interrelaciona constantemente por medio de canales virtuales y de comunicación, siendo clave no solo atraerlo en un momento determinado sino principalmente satisfacerlo y fidelizarlo.

## **Conclusiones**

Los archivos privados de interés público generalmente siempre parten de la decisión final del titular del archivo y de la misma familia para que finalmente esté disponible y accesible en parte o en su totalidad; por lo que muchas veces la intervención estatal queda un poco postergada cuando no existe consenso de entregarlo en calidad de donación al AGN o alguna institución cultural para su conservación y preservación.

Relativo a lo anterior, una opción que se puede considerar es entregarlo en su totalidad al AGN en calidad de donación para su custodia y difusión; otra, es que cuando no se desee hacer la donación existe inclusive la figura del convenio de adhesión que está contemplada en el reglamento de la ley 25323 (Decreto Supremo N° 008-92-JUS) que en su artículo 39° se señala que “Los archivos privados que se integren al Sistema Nacional estipularán en sus respectivos convenios con el AGN, los términos de accesibilidad a la información de sus documentos.”, esta figura es importante porque permite que la documentación de un acervo personal sea accesible sin necesidad que se entregue al AGN. En ese caso el AGN supervisa y asesora la organización del archivo para darle las condiciones que permitan el servicio de los documentos al público en general.

El estudio de investigación presentó como objetivo general analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021. Se concluyó que el marketing digital en los archivos ha posibilitado que tengan más alcance en distintos entornos, ya no solo en espacios físicos; sino también en híbridos o totalmente virtuales. Por ello los usuarios de archivos se han diversificado y presentan nuevos requerimientos informacionales relacionados al acceso libre de los recursos, rapidez de respuesta, comunicación de canales digitales, plataformas de recursos, repositorios, etc.

Los archivos personales constituyen acervos de gran valor porque contribuyen a un mayor conocimiento y comprensión a través de los distintos aspectos de la sociedad, tal como lo menciona Macêdo (2018) que expone que son de significativa relevancia en la construcción de la memoria colectiva, debido a su propia singularidad; por lo tanto, se requiere que los archiveros propongan enfoques orientados a su potencialización. Son considerados como patrimonio social cuando se integran a las instituciones que los custodiarán, brindando a los usuarios una perspectiva individual distinta de los documentos generados en el ámbito institucional.

Con respecto al párrafo anterior, se identificó que el conocimiento que se tiene sobre el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen es fundamental para comprender la relevancia del archivo, puesto que Franklin Pease fue un historiador a nivel nacional e internacional reconocido por ser especialista en la temática de historia y sociedad andina, incas, crónicas, entre otros. Además, de su faceta como investigador, docente, funcionario público, editor, bibliotecario y archivista. En la actualidad su legado sigue vigente a través de sus obras, artículos, manuscritos, correspondencia, fichas de investigación, etc. Su archivo reúne todo un potencial histórico, de investigación y cultural; que posibilitaría adentrarnos a identificar y/o conocer a la figura de Franklin Pease y a otros académicos, intelectuales, funcionarios, instituciones que interactuaron con él.

De igual manera, conocer al público objetivo que le pueda interesar el archivo personal de Franklin Pease para que se propague no solo a investigadores o historiadores; sino a cualquier sector de ciudadanos: público de ciencias sociales, humanidades, universitarios, escolares, etc., los cuales presentan una transversalidad de intereses desde consultas de investigación delimitadas hasta datos sobre curiosidades del titular del archivo. Muchas veces, a partir de un dato o una información que se brinda en algún medio virtual de un archivo, se puede despertar un interés a partir de ello.

Algunas de las estrategias para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen estuvieron principalmente vinculadas a la difusión por parte de la familia, alumnos y la comunidad académica que conocen el archivo. Asimismo, en la entrevista se mencionó el de identificar algunas piezas documentales en el acervo que sean relevantes para el público, por ejemplo, alguna carta, anotación manuscrita, fotografía, un documento del archivo vertical, el cual es un instrumento que recopila información rápida y puntual sobre una temática, conformado por recortes de periódicos, láminas, mapas, fotocopias de artículos de revistas o periódicos, dibujos o imágenes, folletos, trípticos, volantes u hojas sueltas, láminas, entre otros

que pueda ser atractivo para el público y en base al cual se pueda hacer una exposición, una conferencia, publicar un catálogo del acervo por temas, etc.

Actualmente, los datos y el intercambio de información y comunicaciones que se generan a nivel personal o académico se realizan en computadoras personales, celulares, etc., por medio de servicios en la nube, Drive-gmail, oneDrive, Dropbox, plataformas, etc. lo que abre un horizonte cada vez más presente en los archivos personales digitales en cuanto a soporte, formato y accesibilidad; pero que a su vez presenta nuevos desafíos. En esta línea, Bellotto (2014) señala que el crecimiento acelerado de la información y comunicación personal digital abre cuestiones interesantes en las familias, archivos, bibliotecas y profesionales relativo a los “patrimonios digitales” después del deceso de alguien; puesto que no es solo un asunto de contenido y su valor; sino de la dificultad de acceder a los acervos digitales personales.

### **Recomendaciones**

Con respecto al archivo de Franklin Pease se podría tomar la decisión de donarla a alguna institución como el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú o la Biblioteca Nacional del Perú, puesto que estuvo vinculado como funcionario público a estas dos instituciones, aportando todo su conocimiento y vocación al servicio del país.

Relativo al marketing digital en el archivo de Franklin Pease se hace la siguiente propuesta: el marketing digital, busca identificar acciones de mejora y nuevas actividades de difusión para poder tener mayor visibilidad del archivo, esto se puede fomentar disponiendo más adelante de un sitio web (plataforma) y redes sociales propias del archivo. De igual manera, esto contribuirá a la segmentación y conocimiento cada vez más cercano de otros públicos interesados; por lo que, es básico encaminarlos al contenido informacional del acervo para facilitarles el acceso y de este modo pueda mostrarse interesado, lo que significa mantener contacto e interactuar con el usuario potencial o *lead* para que más adelante se convierta en un usuario real del producto o servicio.

Será necesario contar con un profesional de la información que conozca o tenga experiencia en la gestión de redes sociales (*community manager*) y que encauce los objetivos de las estrategias digitales planteadas.

Con respecto a redes sociales, se puede iniciar con una o dos como Facebook o Instagram que son, según Ipsos, dos de las cinco redes sociales más utilizadas en el 2021.

Las publicaciones pueden estar relacionadas a los documentos más relevantes del acervo, un documento o imagen que sea atractivo para el usuario, alguna fecha de efemérides, etc. Asimismo, se puede incluir secciones personalizadas en relación con la información que comprende el acervo, por ejemplo, identificando el primer artículo de Franklin Pease, correspondencia con otros historiadores, fotografías, publicaciones más destacadas sobre estudios andinos, etnohistoria, Tawantinsuyu, reconocimientos y distinciones institucionales otorgados, entre otros. Para lo cual se presentará un contenido atractivo e interactivo por medio de Facebook live o reels; igualmente cualquier consulta o duda que a través de las redes sociales que realice el público, será respondida en un tiempo estimado que se determine.

Se recomienda contar con un blog y enlazarlo al de la página web con información del archivo de Franklin Pease, haciendo uso de infografías sobre su obra, así como líneas de investigación temporales, líneas de tiempo a nivel internacional, guías temáticas, artículos, cartas, etc. cuyo contenido puede publicarse una o dos veces a la semana en Facebook y replicarse en Instagram. También, se podría considerar un canal de YouTube que muestre cómo el archivo puede contribuir a nuevas investigaciones en base a la consulta del archivo, así como la recopilación de videos que aborden entrevistas que brindó Franklin Pease o entrevistas relacionadas que traten sobre su obra y legado en la actualidad.

Sumado a lo anterior, aprovechar ocasiones conmemorativas relacionadas a su obra, labor cultural y de docente investigador como natalicio, fallecimiento, día del historiador, de la diversidad cultural, Inti Raymi, homenajes, etc. y así vincularlo a la organización en



instituciones o universidades de coloquios, seminarios, congresos o ceremonias de reconocimiento nacionales e internacionales que destaquen la trascendencia de la obra de Franklin Pease y enlazarlo de este modo con su acervo personal, en ese sentido se pueden publicar contenidos relacionados.

Por otra parte, a futuro en el marco de proyectos colaborativos institucionales nacionales o internacionales, se puede evaluar disponer de un repositorio de acceso abierto o una plataforma de archivos personales de historiadores peruanos o a nivel de América Latina que incluya la consulta a recursos y acceso a fuentes de la investigación.

Los profesionales archivistas deben conocer más del tema de archivos personales para que se involucren más en su tratamiento para que la comunidad archivística, en conjunto con las instituciones culturales, pueda brindar propuestas relativas a su lineamiento en el país.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akus.net. (2018). *Glosario de términos de diseño web*.  
<https://disenowebakus.net/glosario-diseno-web.php#definicionLetraW>
- American Marketing Association. (2021). *What is digital marketing*  
<https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/>
- Aparecida, G., & Pinto, R. (2018). Marketing, difusão, ação e mediação cultural em arquivos públicos. *Revista Analisando em Ciência da Informação*, 6(1), 1-29.  
[http://arquivologiauepb.com.br/racin/edicoes/v6\\_n1/racin\\_v6\\_n1\\_artigo01.pdf](http://arquivologiauepb.com.br/racin/edicoes/v6_n1/racin_v6_n1_artigo01.pdf)
- Archivo General de la Nación de Perú. (2008). *Reglamento de la resolución jefatural N° 205-2008-AGN/J, reglamento del registro nacional de colecciones documentales y archivos históricos públicos o de particulares*.  
<http://www.pcm.gob.pe/InformacionGral/archivocentral/normatividad/RJ-485-2008-AGN-J.pdf>
- Archivo General de la Nación de Perú (AGN, 1 de setiembre de 2021). Conociendo el patrimonio documental archivístico del país “Archivos personales de expresidentes” [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=W0AXB7wjfFM>
- Arquivo Nacional do Brasil. (2005). *Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística*.  
[http://www.arquivonacional.gov.br/images/pdf/Dicion\\_Term\\_Arquiv.pdf](http://www.arquivonacional.gov.br/images/pdf/Dicion_Term_Arquiv.pdf)
- Arias, A. (2014). *Marketing digital y SEO en Google*. IT Campus Academy.  
<https://arekreatif.ga/book.php?id=MATPCgAAQBAJ>
- Barrientos, M. E., & Juárez, O. C. (2020). *Las redes sociales como estrategia del marketing digital* [trabajo de investigación-artículo teórico, Universidad Nacional de Piura].
- Bellotto, H. (2014). Reconsiderando os arquivos pessoais. *Pontodeacesso*, 8(1), 101–109.  
<https://periodicos.ufba.br/index.php/revistaici/article/view/10754>
- Bonilla, E., y Rodríguez, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Norma

<https://laboratoriociudadut.files.wordpress.com/2018/05/mas-alla-del-dilema-de-los-metodos.pdf>

Borras (2017). *¿Qué es el marketing móvil?* Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-el-marketing-movil>

Bragança, F. y Zaccaria, R. B (2016). Gestão de marketing em unidades de informação: estudo de caso do Centro de Documentação e Arquivo da Câmara de Vereadores de Piracicaba (SP). *Revista Analisando em Ciência da Informação*, 4 (especial), 90-105. <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/80926>

Calva, J. (Coord.) (2021). Usuarios y archivos: hacia la investigación sobre usuarios de archivos. UNAM. [https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI\\_UNAM/102](https://ru.iibi.unam.mx/jspui/handle/IIBI_UNAM/102)

Campos, M. (2017). *Métodos de investigación académica: fundamentos de investigación bibliográfica*. Universidad de Costa Rica. [https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/76783/Campos%20Ocampo,%20Melvin.%202017.%20Métodos%20de%20Investigación%20académica.%20\(versión%201.1\).%20Sede%20de%20Occidente,%20UCR.pdf?sequence=1](https://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/handle/10669/76783/Campos%20Ocampo,%20Melvin.%202017.%20Métodos%20de%20Investigación%20académica.%20(versión%201.1).%20Sede%20de%20Occidente,%20UCR.pdf?sequence=1)

Carneiro, D., Córdula, A., Silva, J., & Silva, L. (2020). Arquivo pessoal Afonso Pereira e estratégias de marketing: sinalizações de aplicação. *Archeion Online. Revista de Arquivologia da UFPB*, 8(4), 95-120. <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/archeion/article/view/54583>

Carreño, G. C. (2018). *Los archivos privados como fuente de información para la historia* [tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio digital de tesis DGBSDI. <http://132.248.9.195/ptd2018/septiembre/0780062/0780062.pdf>

Casa de la Literatura Peruana. (04 de agosto de 2021). Experiencias y desafíos en la organización de archivos personales - casos nacionales [Archivo de video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=N\\_yq8iEzA3Q](https://www.youtube.com/watch?v=N_yq8iEzA3Q)

- Cé, G., y Pedrazzi, F. (2011). Estudio de usuarios como recurso para a difusão de um arquivo: o caso da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre. *Biblos: Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação*, 25(2), 75-89. <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/2277>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2014). *Marketing digital: estrategia, implementación y práctica* (5a ed.). Editorial Pearson.
- Collazos, H. (2014). *Diagnóstico situacional de ESAN/CENDOC: aplicando marketing estratégico* [Informe profesional, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Cybertesis, Repositorio de tesis digitales. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/13813?show=full>
- Consejo Internacional de Archivos (2021). *¿Qué es un documento de archivo?* <https://www.ica.org/es/que-es-un-documento-de-archivo>
- Curatola, M. (1999). Franklin Pease G.Y. (1939 - 1999): Una vida para la etnohistoria andina. *Histórica*, 23(2), 193-220. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/historica/article/view/8752>
- Curatola, M. (2002). El pasado andino como profesión y como vocación: la (etno) historia de Franklin Pease G. En Rafael Varón y Javier Flores Espinoza (Dir.), *El hombre y los Andes: Homenaje a Franklin Pease G. Y.* (pp. 49-73). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/181599>
- De Abreu, J. F. L. (2018). Arquivos pessoais digitais: desafios e perspectivas de tratamento. *Memória e Informação*, 2(2), 105-120. <http://memoriaeinformacao.casaruiarbosa.gov.br/index.php/fcrb/article/view/65>
- Echeverri, L. (2018). El plan de marketing. En Fernando Juárez (Ed.), *Principios de marketing* (pp. 23-42). Editorial Universidad del Rosario.
- Estaún, M. (2020). *¿Qué es el marketing mix?*. <https://www.iebschool.com/blog/marketing-mix-marketing->

[digital/#:~:text=Por%20lo%20tanto%2C%20el%20Marketing,el%20producto%20en%20el](#)

- Fernández, V. (2015). Marketing mix de servicios de información valor e importancia de la P de producto. *Bibliotecas Anales de Investigación*, 11 (11), 64-78.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5704542>
- Ferreyro, A., & Longhi, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Encuentro Grupo Editor.
- Fonseca, G. (2015). Arquivos pessoais e suas particularidades no âmbito arquivístico. Departamento de Ciência da Informação, UNESP.  
<https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/seminariodearquivologiaebibliotconomia/fonseca-g.a..pdf>
- Fuentes-Doria, D., Toscano-Hernández, A., Malvaceda-Espinoza, E., Díaz, J., & Díaz, L. (2020). *Metodología de la investigación: conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. UPB.
- Gomes, M. (2020). Estudo de usuário e pesquisa de marketing: instrumentos possíveis ao processo de inovação. *Folha de Rosto*, 6(3), 14-24.  
<https://periodicos.ufca.edu.br/ojs/index.php/folhaderosto/article/view/448>
- Giroto, L., & Formentini R. (2017). Indicadores de marketing digital para websites de arquivos públicos estaduais. *Em Questão*, 23(2), 211-233.  
<https://doi.org/10.19132/1808-5245232.211-233>
- Giroto, L., & Formentini, R. (2018). Estratégias de marketing digital para unidades informacionais: estudo dos websites de Arquivos e Bibliotecas Públicas Estaduais. *InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação*, 8(2), 144-162.  
<https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/128998>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). Mc Graw Hill.

- Juárez, F., y Díaz, J. (2018). Contextualización y características de la satisfacción y lealtad del consumidor. En Fernando Juárez (Ed.), *Principios de marketing* (pp. 101-121). Editorial Universidad del Rosario.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia*. (4a ed). Prentice.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11a ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: from products to customers to the human spirit*. John Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2012). *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Elsevier Editora.  
[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/3472e2ca0932a98d7edbc110c8c58de9/\\$File/9938.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3472e2ca0932a98d7edbc110c8c58de9/$File/9938.pdf)
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Administração de marketing* (14e). Pearson.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Universidad de la República de Uruguay.  
[https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/209687/mod\\_resource/content/4/Historia%20de%20la%20Web.pdf](https://eva.fing.edu.uy/pluginfile.php/209687/mod_resource/content/4/Historia%20de%20la%20Web.pdf)
- LOPES, B. P.; RODRIGUES, G. M. (2018). Arquivos pessoais de escritores no brasil: estudo comparativo das políticas de aquisição e de acesso em instituições públicas. Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Ciência da Informação, n. XIX ENANCIB, 2018. <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/103599>.
- Luz, L. M. A. da, Leal, B. F. S., & Britto, A. C. L. (2020, 16-17 de octubre). *Arquivo pessoal Alcides Saldanha: organização e difusão de acervo arquivístico*. Anais do 7º Seminário Regional de Arquivos: Fontes de Pesquisa em Ambiente Digital, Rio Grande do Sul, Brasil. <https://even3.blob.core.windows.net/anais/321816.pdf>
- Macêdo, P. (2018). *Um estudo sobre o princípio da ordem original em arquivos pessoais* [tesis doctoral, Universidad Federal Fluminense]. Repositório institucional.

<https://app.uff.br/riuff/handle/1/14588>

Macêdo, P., & Campoi de Sobral (2018). *Arquivos pessoais e pesquisa: um olhar sobre o produtor em seu contexto*. Actas de las II Jornadas de discusión, I Congreso internacional: Los archivos personales: Prácticas Archivísticas, Problemas metodológicos y Usos Historiográficos, Buenos Aires, Argentina.

<https://cedinci.unsam.edu.ar/pdf/jornadas/Actas-Archivos-Personales.pdf#page=120>

Madrigal, L. (2018). *Recomendaciones para la difusión del Archivo Histórico de Medellín como aporte a la divulgación del patrimonio histórico y cultural de la ciudad* [tesis de licenciatura, Universidad de Antioquía]. Repositorio institucional.

<https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/10603>

Marketing accountability Standards Boards (2021). *Common language marketing dictionary*.

<https://marketing-dictionary.org>

Martínez, A. (2000). Franklin Pease García-Yrigoyen (1939-1999): in memoriam. *Revista Complutense de Historia de América*, 26, 373-376.

<https://revistas.ucm.es/index.php/RCHA/article/view/RCHA0000110373A>

Mata, L. D. (2020). La entrevista en la investigación cualitativa. *Investigalia*

<https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>

Mayorga, M. (2019). *Aplicación del plan de marketing en la gestión y difusión del archivo del Banco Interamericano de Finanzas, 2018* [tesis de licenciatura, Universidad Católica Sedes Sapientiae]. Repositorio institucional digital.

<https://repositorio.ucss.edu.pe/handle/20.500.14095/595>

Melo, A. L., & Morais, R. (2018). estudo de caso como estratégia de investigação qualitativa em educação. *Ensaios pedagógicos*, 2(1), 26–33.

<https://www.ensaiospedagogicos.ufscar.br/index.php/ENP/article/view/59>

Mendívil, L. (2020). El método estudio de caso. En Alex O. Sánchez Huarcaya (Coord.), *Los*

*métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación* (pp. 41-50). PUCP. <https://files.pucp.education/facultad/educacion/wp-content/uploads/2020/08/03180404/LIBRO-LOS-M%C3%89TODOS-DE-INVESTIGACI%C3%93N-MAESTR%C3%8DA-2020.pdf#page=41>

Morales, M. P. (2020). *Plan de marketing para el Sistema de Bibliotecas de la Universidad San Ignacio de Loyola* [trabajo de suficiencia profesional, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio institucional USIL <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11453>

Mould, M. (1999). Para una historiografía andina: Histórica y Franklin Pease G. Y. *Histórica*, 23(2), 253-275. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/historica/article/view/8757>

Mould, M. (2011). La Biblioteca Nacional del Perú y un testimonio personal para su recuperación institucional y restitución documental. *Consensus*, 16(1), 267-276. <http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/consensus/volumen16/marianamould.pdf>

Mould, M. (20 de junio 2017). *Franklin Pease García-Yrigoyen-Historiador peruano* [Archivo de video]. YouTube

Neves, B. (2018). Aproximação conceitual e possibilidades do marketing digital: o bibliotecário estrategista em mídias sociais. *Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomía*, 13(1), 214-225. <https://periodicos.ufpb.br/capa/>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5ª ed). Ediciones de la U.

Oliveira, L. M. V. (2013). Descrição arquivística e os arquivos pessoais: conhecer os arquivos pessoais para compreender a sociedade. *Arquivo & Administração*, 12(2), 2013. <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/50372>

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio.



*International Journal of Morphology*, 35(1), 227-232.

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pampa, O. (2018). Escribir desde el archivo. En Pampa Olga Arán y Diego Vigna (Comps.),

*Archivos, artes y medios digitales: teoría y práctica* (p. 87).

<https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/6736>

París, M. (septiembre, 2010). Los archivos personales en la Universitat Jaume I de Castellón.

*La hoja de ruta de los archivos personales, familiares y de empresa*. Universidad de

Navarra. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/12674>

Portela, I. (2017). *El paradigma de los archivos personales: estudio histórico-archivístico*

*del fondo de Toribio del Campillo (1823- 1900)* [tesis doctoral, Universidad

Complutense de Madrid]. E-Prints Complutense.

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/40737/>

Portela, I., Ramírez, S., & Cristóbal, G. (2020). Archivos personales: un reto para las

bibliotecas nacionales hispanoamericanas. En María Teresa Fernández Bajón, Isabel

Villaseñor Rodríguez (Eds.), *Retos y tendencias de la investigación hispano-mexicana en ciencias de la información y de la documentación* (pp. 278-297).

Universidad Complutense de Madrid

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/61739/1/Archivospersonales.pdf>

Ríos García, P. (2007). La importancia de la organización y conservación de un archivo

personal. *Revista Universidad de Sonora*, 52-55.

<http://www.revistauniversidad.uson.mx/revistas/23-11.pdf>

Sá, I. (2005). *“A Face Oculta da Interface. Serviços de Informação Arquivística na Web*

*Centrados no Usuário* [tesis de Maestría, Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio

Arouca – FIOCRUZ,]. Repositório institucional da Fiorocruz.

[https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/34463/ve\\_Ivone\\_Pereira\\_ENSP\\_](https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/handle/icict/34463/ve_Ivone_Pereira_ENSP_)

[pdf;jsessionid=E9442D60A36CBA0E8E32844D073101C8?sequence=2](https://files.pucp.education/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf)

- Sánchez, A. (Coord.) (2020). *Los métodos de investigación para la elaboración de las tesis de maestría en educación*. PUCP. <https://files.pucp.education/posgrado/wp-content/uploads/2021/01/15115158/libro-los-metodos-de-investigacion-maestria-2020-botones-2.pdf>
- Santoyo, B. (2014). Los archivos personales en México: su importancia, custodia y el valor de sus documentos como fuentes para la historia. *Bibliotecas y Archivos* 1(3), 39-46 <https://biblat.unam.mx/hevila/BibliotecasyarchivosMexicoDF/2014/vol1/no3/3.pdf>
- Sátyro, & D'Albuquerque (2020). ¿O que é um estudo de caso e quais as suas potencialidades? *Revista Sociedade e Cultura*, 23, 1-33. <https://doi.org/10.5216/sec.v23i.55631>
- Schettini, P., & Cortazzo, I. (2016). *Técnicas y estrategias en la investigación cualitativa*. Universidad Nacional de La Plata. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/53686>
- Serrano, R. (2020). *La web social: definición y características*. ENEB-Claustro. <https://clauastroeneb.es/2020/01/31/la-web-social-definicion-y-caracteristicas/>
- Silva, C. (2020). O lugar dos 'arquivos pessoais' na arquivística internacional. *Boletín do Arquivo da Universidade de Coimbra*, 33(2), 95-108 [https://impactum-journals.uc.pt/boletimauc/article/view/2182-7974\\_33-2\\_4](https://impactum-journals.uc.pt/boletimauc/article/view/2182-7974_33-2_4)
- Silva, A., & Pontes, L. (2017). O marketing como ferramenta estratégica na arquivologia: do diagnóstico ao plano de ação (marketing) no arquivo setorial de uma instituição de ensino superior. *Archeion Online: Revista de Arquivologia da UFPB*, 5(4), 172-193. <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/archeion/article/view/36269>
- Tena Mucha, E. M., Ancori Torobeo, L., & Núñez de la Torre Núñez, M. (2018). Gestión del Marketing Mix de servicios en un museo de memoria: Estudio de caso sobre el Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social. *InnovaG* (4), 10-23.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/20195>

Velloso de Oliveira, L. M. (2018). *Por que falar de arquivos pessoais?*. Actas de las II Jornadas de discusión, I Congreso internacional: Los archivos personales: Prácticas Archivísticas, Problemas metodológicos y Usos Historiográficos, Buenos Aires, Argentina. <https://cedinci.unsam.edu.ar/pdf/jornadas/Actas-Archivos-Personales.pdf#page=73>

Wellausen, P. (2020). *As ações de difusão dos arquivos nacionais do Brasil e de Portugal: estudo comparativo a partir do modelo arquivístico francês* [tesis de Mestrado, Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria]. Repositório IC-online. [https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/5176/1/Dissertac%CC%A7a%CC%83o\\_Priscilla%20Wellausen\\_Corre%C3%A7%C3%B5es%20formais.pdf](https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/5176/1/Dissertac%CC%A7a%CC%83o_Priscilla%20Wellausen_Corre%C3%A7%C3%B5es%20formais.pdf)

Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80. <https://researchleap.com/wp-content/uploads/2015/04/6.-Effectiveness-of-Digital-Marketing-in-the-Challenging-Age-An-Empirical-Study1.pdf>

## ANEXOS

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO:** Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:** Archivo, información y sociedad

- Sub-línea de investigación: Rol de los archivos en la sociedad

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA DEL ESTUDIO	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
<p><b>1. Problema General</b> ¿Cómo el marketing digital se puede aplicar en la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen?</p>	<p><b>1. Objetivo General</b> Analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen</p>	<p><b>Categoría del Estudio:</b> <b>Dimensiones o Subcategorías</b></p> <p><b>Categoría Principal</b> - Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease</p>	<p><b>1. Enfoque:</b> Cualitativo <b>2. Alcance:</b> Descriptivo <b>3. Diseño:</b> Estudio de caso <b>4. Técnicas e Instrumentos:</b></p>
<p><b>1. Problemas Específicos</b></p> <p>2.1 ¿Cuál es el conocimiento que se tiene sobre el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen?</p> <p>2.2 ¿Quiénes son el público objetivo al que se pretende difundir el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen?</p> <p>2.3 ¿Cuáles son las estrategias que deberán ser implementadas para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen?</p>	<p><b>2. Objetivos Específicos:</b></p> <p>2.1. Identificar el conocimiento que se tiene sobre el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen</p> <p>2.2. Conocer al público objetivo que le pueda interesar el archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen</p> <p>2.3 Describir las estrategias para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García- Yrigoyen</p>	<p>Definición conceptual de la categoría:</p> <p>El marketing digital o marketing 2.0 surge en la sociedad de la información, y se desarrolla con las tecnologías de la información y comunicación; en donde los usuarios están permanentemente informados, pues comparan diversas ofertas de productos semejantes. Para ello, la marca segmenta el mercado y pone a disposición productos que satisfagan las necesidades del público objetivo (Kotler, Kartajaya &amp; Setiawan, 2012).</p> <p><b>Subcategorías:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Archivo personal de Franklin Pease</li> <li>- Público objetivo</li> <li>- Estrategia de difusión</li> </ul>	<p><b>Técnica:</b> Entrevista <b>Instrumento:</b> Guía de entrevista semiestructurada</p> <p><b>5. Población – Muestra:</b> <b>Técnica de muestreo</b></p> <p><b>Población:</b> Profesionales vinculados o ligados al ámbito de archivos</p> <p><b>Muestra:</b> 3 profesionales especialistas vinculados al área de archivos o de historia, que conozcan de difusión de archivos, archivos personales, etc.</p> <p><b>Técnica de muestreo:</b> No probabilística por conveniencia.</p>
<b>ESTUDIANTE: SONIA BERROCAL QUIJHUA</b>		<b>CARRERA: ARCHIVÍSTICA Y GESTIÓN DOCUMENTAL</b>	

**ANEXO 2: MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE LA ENTREVISTA**

**TITULO:** Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021

<b>CATEGORÍA</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>PREGUNTAS DE ENREVISTA</b>
<p><b>1. Definición Conceptual</b></p> <p><b>Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease</b></p> <p>El marketing digital o marketing 2.0 surge en la sociedad de la información, y se desarrolla con las tecnologías de la información y comunicación; en donde los usuarios están permanentemente informados, pues comparan diversas ofertas de producto semejante. Para ello, la marca segmenta el mercado y pone a disposición productos que satisfagan las necesidades del público objetivo (Kotler, Kartajaya &amp; Setiawan, 2012).</p>	<p align="center"><b>SUBCATEGORÍA I: ARCHIVO PERSONAL, FRANKLIN PEASE</b></p>	→ <b>Importancia</b>	Importancia de los archivos personales en la sociedad
		→ <b>Retos</b>	Retos de los archivos personales
		→ <b>Potencial</b>	Potencial de un archivo personal en la sociedad
		→ <b>Políticas</b>	Políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación para una adecuada gestión de archivos personales
		→ <b>Soporte</b>	Los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital
		→ <b>Conservación</b>	Por qué se debería conservar el archivo personal de Franklin Pease
		→ <b>Conocimiento</b>	Conocimiento respecto al archivo personal de Franklin Pease
		→ <b>Sociedad</b>	Importancia que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease
<p><b>2. Definición Operacional</b></p> <p>Se desarrollará a partir de la categoría principal: marketing digital para la difusión del archivo personal Franklin Pease, que se estudiará en base a tres subcategorías que son: archivo personal, el público objetivo y las estrategias de</p>	<p align="center"><b>SUBCATEGORÍA II: PUBLICO OBJETIVO</b></p>	→ <b>Perfil</b>	Perfil de los usuarios investigadores que acuden a archivos personales
		→ <b>Intereses</b>	Intereses de información de los usuarios de archivos personales
			Intereses de información de usuarios virtuales en archivos personales

<p>difusión. Se empleará como técnica la entrevista y como herramienta una guía de entrevista para analizar cómo se aplica el marketing digital para la difusión del archivo personal, para lo cual se seleccionó una muestra no probabilística por conveniencia, de dos profesionales de archivística, y uno de historia del distrito de Lima, 2021. La validez será de tipo de juicio de expertos.</p>			
		→ Público	Sector de ciudadanos interesado en archivos personales
			Atraer a un nuevo público a los archivos personales
	<p><b>SUBCATEGORÍA III: ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN</b></p>	→ Marketing	Marketing para la difusión de un archivo personal
		→ Estrategias	Estrategias de difusión en archivos personales
		→ Acciones	Acciones concretas de difusión para el archivo personal de Franklin Pease
		→ Redes sociales	Redes sociales para promocionar un archivo personal
		→ Marketing digital	Marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales
		→ Medios	Medios o canales digitales para difundir un archivo personal
		→ Plataforma	Hacer disponible un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos
<b>ESTUDIANTE: SONIA BERROCAL QUIJHUA</b>		<b>CARRERA: ARCHIVÍSTICA Y GESTIÓN DOCUMENTAL</b>	

### Anexo 3

#### Validación de instrumentos

##### Juez Experto 1

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

Evaluación por Juicio de Expertos

Lima, 10 de octubre del 2021

**Dr. Carlos Luy Montejo**  
**Docente Investigador**  
**Presente. –**

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de expertos.

Me dirijo a Usted para saludarlo y solicitarle su gentil colaboración. Me encuentro realizando la Tesis para obtener el título de Licenciada en Archivística y Gestión Documental de la Universidad Católica Sedes Sapientiae Documental, y estoy realizando el trabajo de investigación titulado “Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021”, el cual es de enfoque cualitativo, alcance: descriptivo y de diseño estudio de caso.

Debido a su experiencia en el tema, su trayectoria académica y profesional, solicito su importante participación como juez experto en el proceso de validación de contenido del instrumento: Guía de entrevista, construido para la categorización de mi estudio.

Este instrumento es una Guía de entrevista semiestructurada, que presenta como objetivo general analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021, y presenta tres subcategorías: Archivo personal de Franklin Pease, Público objetivo y Estrategias de difusión; los indicadores son los siguientes: Archivo personal de Franklin Pease (Importancia, retos, potencial, políticas, soporte, conservación, conocimiento, sociedad); Público objetivo (Perfil, intereses, público); Estrategias de difusión (Marketing, estrategias, acciones, redes sociales, marketing digital, medios,

plataforma).

La Guía de entrevista semiestructurada estará compuesta por 20 ítems en total, con preguntas abiertas para recopilar información cualitativa sobre la categoría principal y las tres subcategorías señaladas líneas arriba. El presente instrumento fue basado y adaptado del formato presentado por la Tesista Ruth Rita Cerván Badillo (2021) en su tesis de licenciatura, *Acceso a los servicios de información para personas con discapacidad visual en Lima y Piura*. La muestra estará conformada por tres especialistas de la ciudad de Lima vinculados al área de archivos: dos especialistas de archivos y, uno de historia.

Su labor como juez consiste en evaluar si los ítems del instrumento tienen claridad, son coherentes y relevantes para medir el constructo evaluado por el instrumento.

Adjunto a la presente encontrará las instrucciones, la plantilla de análisis en la cual se calificará cada uno de los ítems y una ficha para llenar los datos del experto.

Expresando mi agradecimiento por la atención prestada, quedo de usted.

Atte.



---

Sonia Berrocal Quijua

DNI: 71737381



## Instrucciones para el análisis

De acuerdo con los siguientes indicadores, por favor califique cada uno de los siguientes ítems

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador - Pregunta</b>
<b>Claridad</b> El ítem se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2: Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3: Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4: Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Coherencia</b> El ítem tiene relación con la dimensión o indicador que está midiendo.	1: No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3: Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4: Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Relevancia</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1: No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3: Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4: Alto nivel	El ítem muy relevante y debe ser incluido.

corresponda en la plantilla de análisis:

Nº	Ítem relacionado a cada dimensión (separar los ítems por cada dimensión)	Indicador	Coherencia	Relevancia	Claridad	Observaciones
	<b>Archivo personal Franklin Pease</b>					
1	¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?	<b>Importancia</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	¿Qué retos afrontan los archivos personales?	<b>Retos</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?	<b>Potencial</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?	<b>Políticas</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
5	¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?	<b>Soporte</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
6	Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e	<b>Conservación</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

	historiador ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?					
7	¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?	<b>Conocimiento</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
8	¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?	<b>Sociedad</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
	<b>Público Objetivo</b>					
1	¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?	<b>Perfil</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	Según su opinión ¿Cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?	<b>Intereses</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?		1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	¿Qué sector de ciudadanos podría		1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

	¿interesarse en los archivos personales?	<b>Público</b>				
5.	¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?		1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
	<b>Estrategias de difusión</b>					
1	¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?	<b>Marketing</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?	<b>Estrategias</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Qué acciones concretas de difusión se pueden considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?	<b>Acciones</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?	<b>Redes sociales</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
5	¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?	<b>Marketing digital</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

6	¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para difundir un archivo personal?	<b>Medios</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
7	¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?	<b>Plataforma</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

Comentarios adicionales:

El instrumento es pertinente para su aplicación.

Por favor completar los siguientes datos:

Nombre completo:	Carlos Augusto Luy Montejo
Profesión:	Docente investigador
Grado académico:	Doctor en Educación y Docencia Universitaria
Especialización y/o áreas de experiencia:	Metodología de la investigación – Asesor de Tesis Docente investigador. Docente Renacyt – Nivel Carlos Monge
Cargo actual:	Jefe del Área de Investigación de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la Univesidad Católica Sedes Sapientae Docente Metodólogo en la Universidad Privada del Norte Docente investigador – Maestría en Finanzas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Tiempo ejerciendo el cargo actual:	10 años
Años de experiencia	10 años de experiencia en la docencia e investigación.

Muchas gracias por su valioso tiempo



30-12-2021

Nombre y Firma del Juez experto (eventualmente sello)

Fecha

## **Anexo 4: Instrumento**

### **Guía de Entrevista a especialistas**

El objetivo de la entrevista es conocer la opinión, alcances o comentarios de tres profesionales especialistas sobre el tema del marketing digital en el archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, de acuerdo con la información que se brinden sobre las categorías: Archivo personal de Franklin Pease, Público objetivo y Estrategias de difusión.

Dirigido a tres profesionales especialistas en el área de archivos y de historia; dos especialistas de archivos y, uno de historia.

Presentación: Mi nombre es Sonia Berrocal, actualmente estoy realizando mi trabajo de investigación en la especialidad de archivística y gestión documental de la Universidad Católica Sedes Sapientiae.

En la presente entrevista se le realizará una serie de preguntas relacionadas al tema de investigación que tienen como objetivo conocer sobre cómo el marketing digital puede contribuir en los archivos en general y, en los archivos personales como estrategia de difusión.

Agradezco su colaboración en esta investigación y los aportes que me pueda brindar al respecto, ya que serán de gran valor para tener una visión sobre el marketing en los archivos, importancia de los archivos personales de interés público y, estrategias que pueden considerarse.

#### Profesional especialista N° 1

Profesión: Historiadora, docente universitaria

Especialización y/o áreas de experiencia: preservación de archivos, bibliotecas, gestión y conservación del patrimonio cultural, bienes culturales prehispánicos, etc.

### Profesional especialista N° 2

Profesión: Bibliotecóloga, archivera, egresada de la maestría en gestión de la información y conocimiento

Especialización y/o áreas de experiencia: Archivos personales, organización y valorización, gestión cultural, proyectos digitales en archivos, archivos de arte, bibliotecas, etc.

Cargo actual: Archivo personal José Carlos Mariátegui

### Profesional especialista N° 3

Profesión: Historiadora, magíster en investigación y docencia universitaria

Especialización y/o áreas de experiencia: Archivos históricos, gestión documental, docencia universitaria de archivística y gestión documental

Cargo actual: Archivo Central de la PUCP

A continuación, procederemos con el desarrollo de la entrevista.

### Preguntas según las subcategorías:

#### **Archivo personal de Franklin Pease**

1. ¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?
2. ¿Qué retos afrontan los archivos personales?
3. ¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?
4. ¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?
5. ¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?
6. Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?



7. ¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?
8. ¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?

### **Público objetivo**

1. ¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?
2. Según su opinión ¿Cuáles podrían ser las necesidades e intereses de información de los usuarios de archivos personales?
3. ¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?
4. ¿Qué sector de ciudadanos podría estar interesado en los archivos personales?
5. ¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?

### **Estrategias de difusión**

1. ¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?
2. ¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?
3. ¿Qué acciones concretas de difusión se pueden considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?
4. Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?
5. ¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?
6. ¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para difundir un archivo personal?
7. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?

**Juez Experto 2**

“Año del fortalecimiento de la soberanía nacional”

Evaluación por Juicio de Expertos

Lima, 03 de mayo del 2022

**Dra. Aida Luz Mendoza Navarro**  
**Coordinadora**  
**Programa de Estudios de Archivística y Gestión Documental UCSS**  
**Presente. –**

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de expertos.

Me dirijo a Usted para saludarlo y solicitarle su gentil colaboración. Me encuentro realizando la Tesis para obtener el título de licenciada en Archivística y Gestión Documental de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y estoy realizando el trabajo de investigación titulado “Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021”, el cual es de enfoque cualitativo, alcance: descriptivo y de diseño estudio de caso.

Debido a su experiencia en el tema, su trayectoria académica y profesional, solicito su importante participación como juez experto en el proceso de validación de contenido del instrumento: Guía de entrevista, construido para la categorización de mi estudio.

Este instrumento es una Guía de entrevista semiestructurada, que presenta como objetivo general analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021, y presenta tres subcategorías: Archivo personal de Franklin Pease, Público objetivo y Estrategias de difusión; los indicadores son los siguientes: Archivo personal de Franklin Pease (Importancia, retos, potencial, políticas, soporte, conservación, conocimiento, sociedad); Público objetivo (Perfil, intereses, público); Estrategias de difusión (Marketing, estrategias, acciones, redes sociales, marketing digital, medios, plataforma).

La Guía de entrevista semiestructurada estará compuesta por 20 ítems en total, con preguntas abiertas para recopilar información cualitativa sobre la categoría principal y las tres subcategorías señaladas líneas arriba. El presente instrumento fue basado y adaptado del

formato presentado por la Tesista Ruth Rita Cerván Badillo (2021) en su tesis de licenciatura, *Acceso a los servicios de información para personas con discapacidad visual en Lima y Piura*. La muestra estará conformada por tres especialistas de la ciudad de Lima vinculados al área de archivos: dos especialistas de archivos y, uno de historia.

Su labor como juez consiste en evaluar si los ítems del instrumento tienen claridad, son coherentes y relevantes para medir el constructo evaluado por el instrumento.

Adjunto a la presente encontrará las instrucciones, la plantilla de análisis en la cual se calificará cada uno de los ítems y una ficha para llenar los datos del experto.

Expresando mi agradecimiento por la atención prestada, quedo de usted.

Atte.



---

Sonia Berrocal Quijua

DNI: 71737381

## Instrucciones para el análisis

De acuerdo con los siguientes indicadores, por favor califique cada uno de los siguientes ítems

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador - Pregunta</b>
<b>Claridad</b> El ítem se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2: Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3: Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4: Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Coherencia</b> El ítem tiene relación con la dimensión o indicador que está midiendo.	1: No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3: Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4: Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Relevancia</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1: No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3: Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4: Alto nivel	El ítem muy relevante y debe ser incluido.

corresponda en la plantilla de análisis:

Nº	Ítem relacionado a cada dimensión (separar los ítems por cada dimensión)	Indicador	Coherencia	Relevancia	Claridad	Observaciones
	<b>Archivo personal Franklin Pease</b>					
1	¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?	<b>Importancia</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	¿Qué retos afrontan los archivos personales?	<b>Retos</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?	<b>Potencial</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?	<b>Políticas</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
5	¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?	<b>Soporte</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
6	Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador ¿Por qué se debería conservar su	<b>Conservación</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

	archivo personal?					
7	¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?	<b>Conocimiento</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
8	¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?	<b>Sociedad</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
	<b>Público objetivo</b>					
1	¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?	<b>Perfil</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
2	Según su opinión ¿Cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?	<b>Intereses</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
3	¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?		1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
4	¿Qué sector de ciudadanos podría interesarse en los archivos personales?	<b>Sector</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	

5.	¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?		1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
	<b>Estrategias de difusión</b>					
1	¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?	<b>Marketing</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
2	¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?	<b>Estrategias</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
3	¿Qué acciones concretas de difusión se pueden considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?	<b>Acciones</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
4	Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?	<b>Redes sociales</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
5	¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?	<b>Marketing digital</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	
6	¿Qué medios o canales digitales se podrían tener	<b>Medios</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	

	en cuenta para difundir un archivo personal?					
7	¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de los contenidos?	<b>Plataforma</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	

## Comentarios adicionales

Realizadas las correcciones el instrumento es apropiado a la investigación, las preguntas vinculadas a la difusión inciden en el tema concreto que es el Marketing Digital por lo que resulta pertinente.

Apruebo el instrumento.



Por favor completar los siguientes datos:

Nombre completo:	Aida Luz Mendoza Navarro
Profesión:	Abogada
Grado académico:	Doctora en derecho
Especialización y/o áreas de experiencia:	Legislación Archivística y otras áreas de la Archivística
Cargo actual:	Coordinadora del Programa de Estudios de Archivística y Gestión Documental
Tiempo ejerciendo el cargo actual:	11 años
Años de experiencia	30 años

Muchas gracias por su valioso tiempo.



Nombre y Firma del Juez experto (eventualmente sello)

03-05-2022

Fecha

### **Juez Experto 3**

“Año del fortalecimiento de la soberanía nacional”

Evaluación por Juicio de Expertos

Lima, 02 de mayo del 2022

**Mg. William Jesús Rojas Gutiérrez**  
**Docente-Investigador**  
**Presente. –**

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de expertos.

Me dirijo a Usted para saludarlo y solicitarle su gentil colaboración. Me encuentro realizando la Tesis para obtener el título de Licenciada en Archivística y Gestión Documental de la Universidad Católica Sedes Sapientiae y estoy realizando el trabajo de investigación titulado “Marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima, 2021”, el cual es de enfoque cualitativo, alcance: descriptivo y de diseño estudio de caso.

Debido a su experiencia en el tema, su trayectoria académica y profesional, solicito su importante participación como juez experto en el proceso de validación de contenido del instrumento: Guía de entrevista, construido para categorización de mi estudio.

Este instrumento es una Guía de entrevista semiestructurada, que presenta como objetivo general analizar la aplicación del marketing digital para la difusión del archivo personal de Franklin Pease García-Yrigoyen, Lima 2021, y presenta tres subcategorías: Archivo personal de Franklin Pease, Público objetivo y Estrategias de difusión; los indicadores son los siguientes: Archivo personal de Franklin Pease (Importancia, retos, potencial, políticas, soporte, conservación, conocimiento, sociedad); Público objetivo (Perfil, necesidades, público); Estrategias de difusión (Marketing, estrategias, acciones, redes sociales, marketing digital, medios, plataforma).

La Guía de entrevista semiestructurada estará compuesta por 20 ítems en total, con preguntas abiertas para recopilar información cualitativa sobre la categoría principal y las tres subcategorías señaladas líneas arriba. El presente instrumento fue basado y adaptado del

formato presentado por la Tesista Ruth Rita Cerván Badillo (2021) en su tesis de licenciatura, *Acceso a los servicios de información para personas con discapacidad visual en Lima y Piura*. La muestra estará conformada por tres especialistas de la ciudad de Lima vinculados al área de archivos: dos especialistas de archivos y, uno de historia.

Su labor como juez consiste en evaluar si los ítems del instrumento tienen claridad, son coherentes y relevantes para medir el constructo evaluado por el instrumento.

Adjunto a la presente encontrará las instrucciones, la plantilla de análisis en la cual se calificará cada uno de los ítems y una ficha para llenar los datos del experto.

Expresando mi agradecimiento por la atención prestada, quedo de usted.

Atte.



---

Sonia Berrocal Quijua

DNI: 71737381

## Instrucciones para el análisis

De acuerdo con los siguientes indicadores, por favor califique cada uno de los siguientes ítems

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador - Pregunta</b>
<b>Claridad</b> El ítem se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1: No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2: Bajo nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3: Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4: Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Coherencia</b> El ítem tiene relación con la dimensión o indicador que está midiendo.	1: No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3: Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo
	4: Alto nivel	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>Relevancia</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1: No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2: Bajo nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3: Moderado nivel	El ítem es relativamente importante
	4: Alto nivel	El ítem muy relevante y debe ser incluido.

corresponda en la plantilla de análisis:

Nº	Ítem relacionado a cada dimensión (separar los ítems por cada dimensión)	Indicador	Coherencia	Relevancia	Claridad	Observaciones
	<b>Archivo personal Franklin Pease</b>					
1	¿Cuál es la importancia de los archivos personales?	<b>Importancia</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	¿Qué retos afrontan los archivos personales?	<b>Retos</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Cuál sería el potencial de un archivo personal?	<b>Potencial</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	¿Qué políticas archivísticas desde el Estado tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?	<b>Políticas</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
5	¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?	<b>Soporte</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
6	Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?	<b>Conservación</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

7	¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?	<b>Conocimiento</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
8	¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?	<b>Sociedad</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
	<b>Público objetivo</b>					
1	¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?	<b>Perfil</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	Según su opinión ¿Cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?	<b>Necesidades</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?		1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	¿Qué sector de ciudadanos podría interesarse en los archivos personales?	<b>Público</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	






5.	¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?		1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
	<b>Estrategias de difusión</b>					
1	¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?	<b>Marketing</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
2	¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?	<b>Estrategias</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
3	¿Qué acciones concretas de difusión se pueden considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?	<b>Acciones</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
4	Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?	<b>Redes sociales</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
5	¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?	<b>Marketing digital</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	
6	¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para difundir	<b>Medios</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	1 2 3 <b>4</b>	

	un archivo personal?					
7	¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?	<b>Plataforma</b>	1 2 3 4	1 2 3 4	1 2 3 4	

El instrumento puede ser aplicado.



**Por favor completar los siguientes datos:**

Nombre completo:	<b>William Jesús Rojas Gutiérrez</b>  CTI Vitae / Antes Dina – <b>Base de datos de Tesis acompañadas:</b> <a href="https://ctivitae.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=109083">https://ctivitae.concytec.gob.pe/appDirectorioCTI/VerDatosInvestigador.do?id_investigador=109083</a>  ORCID : <a href="https://orcid.org/0000-0001-5296-2971">https://orcid.org/0000-0001-5296-2971</a>  LinkedIn : <a href="https://www.linkedin.com/in/william-jesús-rojas-gutiérrez-907b569b">https://www.linkedin.com/in/william-jesús-rojas-gutiérrez-907b569b</a>  Cuenta Mendeley : <a href="https://www.mendeley.com/profiles/william-jess-rojas-gutierrez/">https://www.mendeley.com/profiles/william-jess-rojas-gutierrez/</a>  <i>Miembro oficial de Mendeley Advisor Community</i>
Profesión:	Catedrático
Grado académico:	Magíster
Especialización y/o áreas de experiencia:	Investigación, asesor y Jurado de Tesis. Apa 7 edición. Gestor Mendeley
Cargo actual:	Docente de Investigación.
Tiempo ejerciendo el cargo actual:	10 años.
Años de experiencia	17 años en la docencia.

  
 Mag. William Jesús Rojas Gutiérrez  
 CATEDRÁTICO

Mg. William Jesús Rojas Gutiérrez

Lima 17 de mayo 2022

Fecha

## Anexo 5: Proceso de Codificación de resultados

### Entrevista a especialistas

Preguntas	Respuestas	Frasas codificadas
<p><b>1. ¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?</b></p> <p><b>2. ¿Qué retos afrontan los archivos personales?</b></p>	<p>Experto 1. “Todo archivo que logra ser preservado en nuestro país con el tiempo se convierte en una fuente de información sobre diversos aspectos de la vida peruana que adquieren valor. Preservar un archivo, cuando digo preservar un archivo me refiero no preservarlo en versión digital como ahora se hace por razones de espacio, de personal que cuida; aunque siempre hay que preservar el material digital no es que se conserve por sí solo. Cuando alguien tiene la disponibilidad de conservar documentos es importante para nuestro país, en el caso personal del archivo de mi esposo decidimos colaborar con la historia de nuestro país.”</p> <p>Experto 2. “El valor de los archivos personales está tomado, a veces, desde el punto de vista de las colecciones y quizás, en ocasiones, desde la persona, es decir, del archivo personal de quién se vaya a trabajar. Si bien a veces se toma un poco más en cuenta qué personaje es un poco más conocido que los otros, en realidad, hay como una especie de subvaloración, es decir, no se les toma tanto en cuenta porque se piensa que simplemente son colecciones personales, y que no necesariamente se pueden encontrar información más allá del creador, lo cual genera una falta en sí de conocimiento sobre el valor que generan, así, a veces no necesariamente se encuentran datos o se puedan realizar investigaciones sobre el creador mismo, sino sobre los referentes o las constelaciones que puedan encontrarse alrededor de ellos. Su valor consiste en sí en el proceso de investigación que le da cada persona. No sabría decirte si necesariamente son invalorable, pero en realidad el valor es adquirido a partir del que le da la sociedad en sí, entonces en ese caso sí son importantes; sin embargo, también hay que tener en cuenta el valor histórico, cultural o social que estos puedan generar. Por lo general, como yo siempre digo todos generamos archivos, pero obviamente no todos los archivos van a ser resguardados o preservados. Ese es el drama de los archivos personales.”</p> <p>Experto 3. “Los archivos personales son importantes en la medida que tengan información relevante para el estudio de la evolución social e histórica del país en general, dependiendo también del cargo que desempeñe la persona o también a los trabajos de investigación a los que se dedique; los archivos personales recopilan información valiosa sobre distintos aspectos y contextos de la sociedad llámese parte económica y cultural también.”</p> <p>Experto 1. “Uno de los factores decisivos, el que muy pocas personas puedan darse la satisfacción de vivir en casas amplias donde hay sitio para guardar papeles, puesto que la mayoría de las personas tienen que vivir en departamento pequeños donde es difícil hacer un espacio a un archivo, de ahí la importancia de la digitalización. Es mucho más difícil encontrarle espacio a un archivo que son siempre visto como simples papeles.”</p> <p>Experto 2. “Uno de los retos principales es la falta de políticas públicas con respecto a ellos, el otro es su desaparición porque están preservados o se encuentran custodiados, a veces por familias y en algunos casos en la Biblioteca Nacional del Perú; otras veces por alguna persona allegada al creador mismo que le fue donado. Otros de los inconvenientes es que están dispersos por todos lados, no es que piense que todo debe de estar en un solo lugar, sino que debería de haber un trabajo en conjunto: saber dónde está todo y trabajar de esa forma. Otro punto es la desidia política; no solamente de los archivos personales sino en general de todo lo relacionado con patrimonio documental y bibliográfico, hay mucha desidia del Estado, no hay políticas claras en realidad sobre cómo trabajarlos.”</p> <p>Experto 3. “Yo creo que el acceso es uno de lo más álgidos, es un problema porque no todos los archivos personales son accesibles, primero por parte de las restricciones que puedan presentar los herederos; segundo por la misma legislación de acceso a la privacidad, otra por los derechos de autor. Hay que tener en cuenta ese aspecto, y a veces simplemente no se ponen a disposición de nadie, se guardan los documentos y se tienen que consultarle al heredero(s) si es que se puede o no consultar cierta información, si te brindan un acceso específico o simplemente no lo permiten porque la información a veces es muy delicada.”</p>	<p>“Todo archivo que logra ser preservado con el tiempo se convierte en una fuente de información sobre diversos aspectos que adquieren valor.”</p> <p>“El valor es adquirido a partir del que le da la sociedad en sí: histórico social, cultural. Además del valor en el proceso de investigación que le da cada persona. entonces en ese caso si son importantes.”</p> <p>“Son importantes en la medida que tengan información relevante para el estudio de la evolución social e histórica del país en general.”</p> <p>“Uno de los factores decisivos es del vivir en casas amplias donde hay sitio para guardar papeles.”</p> <p>“Falta de políticas públicas, el otro es su desaparición porque están preservados o se encuentran custodiados, a veces por familias y en algunos casos en la BNP; otros de los inconvenientes es que están dispersos por todos lados.”</p> <p>“El acceso creo que es uno de lo más álgidos, porque no todos los archivos personales son accesibles.”</p>

<p><b>3. ¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?</b></p>	<p>Experto 1. “Creo que las autoridades deben nombrar en el Ministerio de Cultura a una persona que dé prioridad a la cultura peruana, y esto queda, por ejemplo, registrado en los archivos de los medios de comunicación. Cuando yo hablo de lo que estoy haciendo, ¡ah eso lo puedes encontrar en internet!, ¡Pero si todo está en internet!, lo que está en internet es lo que alguien lo ha puesto, pero nadie ha puesto estos papeles.”</p> <p>Experto 2. “Hay varios potenciales, hay un valor social, histórico y cultural. Si habló desde la experiencia que hay en el archivo Mariátegui en realidad al inicio empezó como un pequeño proyecto, al final hemos terminado armando una construcción de gestión cultural alrededor de él, no solo desde nosotros sino desde otras instituciones; entonces ahí el trabajo de curaduría o el trabajo de investigación de otras instituciones a partir de lo que nosotros hemos desarrollado en el archivo, claro ves otras cosas, es decir, ya no solamente vas al archivo para hacer un escrito o un tema de tesis, en realidad hemos podido trabajar en exposiciones, catálogos, curadurías; a lo que voy es de que no se queda en un solo plano desde el punto de vista papel, es decir ¡ah mira esta carta sirve como objeto museográfico, y lo voy a poner porque pertenece a tal fondo!, sino es el trabajo de investigación que puede existir detrás, porque algo que se olvidan muchas personas, es que nadie estudia cómo fue el proceso de ese objeto museográfico que a veces es archivístico, es decir de dónde vino, porqué se generó, todo eso está enlazado con los archivos.”</p> <p>Experto 3. “Depende de la documentación que tengas, un caso muy particular y emblemático es el Archivo Riva Agüero que tiene una vastísima correspondencia muy nutrida que toda se ha podido publicar: fotografías, archivos, colecciones que tienen por ejemplo estado de cuentas de la Casa, sobre el cual se ha hecho un estudio económico de esa época. Por ejemplo, Carlos Gálvez-Peña hizo un trabajo sobre las refacciones de la Casa porque se conservaban las boletas del siglo XIX; entonces hay varios aspectos desde el punto de vista social, la parte urbana también sobre las construcciones de la Casa. Depende también mucho de qué se conserve o qué conserve la persona, hay otras colecciones que conservan solamente postales, por ejemplo, otras correspondencias o solamente fotografías, y fotografías por ejemplo de la ciudad o de ciertos lugares de provincia que te dan una idea de cómo vivía la gente de esa época, y que narra también una historia dentro de un determinado espacio de tiempo. Entonces mucho depende también del tipo de documentos, de los personajes que tienen colecciones que pueden ser literatos, artistas, historiadores personajes públicos o autoridades que conservan diversos grupos documentales que te dan un amplio espectro de investigación, es decir, un funcionario público va a tener documentos que están relacionados a su función. Antes también muchas de las personas que ocupaban cargos en el siglo XVIII, XIX se llevaban documentos institucionales a casa, eso formaba parte de su fondo documental, como su archivo personal, tienes ahí para rescatar cierto tipo de información de la política, de diversos aspectos de la administración; otro es el caso de los manuscritos de investigaciones, sean históricas, borradores de escritos literarios, bocetos de arquitectos, donde tienes una amplia gama de información.”</p>	<p>“Las autoridades deben nombrar en el Ministerio de Cultura a una persona que dé prioridad a la cultura peruana.”</p> <p>“Hay un valor social, histórico y cultural. No se queda en un solo plano solo del papel; sino es el trabajo de investigación que puede existir detrás.”</p> <p>“Depende del tipo de documento, qué se conserve, de los personajes que tienen colecciones que pueden ser literatos, artistas, historiadores personajes públicos o autoridades que conservan diversos grupos documentales que te dan un amplio espectro de investigación.”</p>
<p><b>4. ¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?</b></p>	<p>Experto 1. “Es una pregunta importante que para contestarla hay que tener en cuenta la real situación de nuestro país que, hasta ahora salvo excepciones, no recuerdo a ningún gobierno que les prestara gran atención a los archivos, conociendo que los archivos son la fuente de cualquier investigación. Yo sí creo que hay poca preocupación y responsabilidad de los funcionarios públicos con este tema.”</p> <p>Experto 2. “Podría responderte desde mi visión personal, partiendo de la ley de patrimonio documental la 19414, el Archivo General de la Nación recoge un poco más lo que es el archivo histórico, intermedio y los de documentación, es decir, los archivos administrativos; entonces con respecto a una adecuada legislación nace desde lo más alto; hay mucha desidia política, yo no creo que una ley sola pueda cambiar absolutamente todo. Bueno en realidad podría ser lo de la gestión misma, es decir, el trabajo de procesamiento de estas colecciones más allá de simplemente hacer un inventario. Es un trabajo largo, ahí hay un proceso no solamente desde del Estado sino desde la comunidad archivística, de jornadas, de hacer un diagnóstico situacional de cómo se encuentran ellos mismos; antes de generar políticas para un punto en específico es ver realmente qué es lo que se necesita macro, siempre he creído ya esa es una opinión muy personal, es que no se puede ir a lo micro sin primero empezar por lo macro, entonces no creo que cambie mucho el hecho de la situación de archivos personales si todavía no tenemos algo más claro con respecto al patrimonio documental.”</p> <p>Experto 3. “En primer lugar, creo que el aspecto de la conservación y la organización es un factor muy importante, porque muchos de los archivos personales que podrían transferir al Archivo General de la Nación no están organizados, son un cúmulo de documentos que a lo mucho hacen un inventario y los dejan en cajas para organizarlos, y hay que ver dónde colocar una vez que organices esa documentación, porque dependiendo del tamaño de la colección tienes que tener un espacio; cuando se va a poner al servicio, tener en cuenta también el periodo de vigencia, los valores que tiene la documentación; porque pasado 30 años ya es histórico. Por ejemplo, si tienes una colección de un personaje como Lohman Villena o de un presidente, tienes que disponer de un espacio y las medidas de conservación adecuadas. Entonces hay que tener en cuenta las políticas, cuáles son las características de la donación del bien que ha hecho el individuo, si ha puesto plazo de tal manera que haya la confianza de que las personas puedan transferir documentos.”</p>	<p>“Conociendo que los archivos son la fuente de cualquier investigación.”</p> <p>“Podría ser desde la gestión misma. Desde el procesamiento de las colecciones. Hay mucha desidia política. Es un trabajo largo, ahí hay un proceso no solamente desde el Estado sino desde la comunidad archivística.”</p> <p>“El aspecto de la conservación y la organización es un factor muy importante. Por ejemplo, si tienes una colección de un personaje como Lohman Villena o de un presidente, tienes que disponer de un espacio y las medidas de conservación adecuadas.”</p>

<p><b>5. ¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?</b></p>	<p>Experto 1. “Principalmente por razones de espacio, y segundo porque se supone que la parte digital es más fácil de acceder, hay algo que debemos de tener en cuenta: que algunos archivos personales muy importantes han sido donados al extranjero pensando que ahí están mejor conservados, y eso es lamentable, aunque de alguna manera refleja lo que es nuestra realidad nacional: que no hay una preocupación, una toma de conciencia de los documentos recientes.”</p> <p>Experto 2. “Por cuestiones de preservación y conservación, entonces el traspaso me parece básico, primordial; además también permite que el trabajo fluya de mejor forma, por ejemplo para las solicitudes de información de usuarios se maneja de mejor forma, es decir, no tienes que estar yendo nuevamente a los depósitos, todo está conglomerado en la máquina, por facilidades sí, por conservación, principalmente por preservación digital; volvemos al punto inicial, estos archivos son generados por familias, y las familias desaparecen al fin y al cabo, entonces desaparecen también estos archivos; entonces sí al menos tener una copia, me parece indispensable, es una de las cosas que hemos trabajados nosotros en el archivo desde el inicio.</p> <p>Nosotros tenemos copias tanto en la nube, me refiero a Back-Ups como en discos duros físicos e incluso independientemente del depósito; entonces lo que ha permitido es aminorar la manipulación, a mi particularmente me aligera el trabajo, eso es por cuestiones quizás administrativas, en cuestiones de servicios de información das a conocer lo que tienes, la gente no va saber qué es lo que tienes si no lo muestras y una de las funciones que tiene la digitalización, no solamente de archivos personales sino en general es darle mayor alcance a las personas, y eso permite el acceso abierto; genera diseminar información a más personas. Sin embargo, otro de los grandes detrimentos para el proceso de digitalización es que es caro, no es tan fácil que solamente limitarse a escanear, todo lo que conlleva digitalizar es bastante caro, eso es otro reto, por ejemplo, en un archivo personal se podría empezar a digitalizar, pasar todo el material a un soporte digital, me parece básico.”</p> <p>Experto 3. “Por el acceso, yo he visto a raíz del programa ATOM del Consejo Internacional de Archivos varios archivos personales en Brasil por ejemplo, entonces esta su cuadro de clasificación y mucho de los documentos están digitalizados, y eso permite una mayor accesibilidad a esos documentos; cualquier investigador puede tener acceso pero en algunos casos esta la descripción más el documento, y en otros casos solamente está la descripción; entonces depende también de lo que se va a digitalizar y del volumen; porque hay que ver a qué documentos los herederos permiten el acceso. Entonces, ahora con la transformación digital, todo lo que es documentación cuanto más cerca este del investigador es mucho mejor ahora.”</p>	<p>“Principalmente por razones de espacio, y segundo porque se supone que la parte digital es más fácil de manipular.”</p> <p>“El traspaso me parece básico, primordial por cuestiones de preservación y conservación. En cuestiones de servicios de información das a conocer lo que tienes.”</p> <p>“Por el acceso. Depende también de lo que se va a digitalizar y del volumen, a qué documentos los herederos permiten el acceso.”</p>
<p><b>6. Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?</b></p>	<p>Experto 1. “Conversar su archivo personal es para mí y para mi familia un sentido de responsabilidad a esos elogios de Marco Curatola: “gracias a la obra de Franklin Pease la historia andina es hoy considerada como una parte fundamental de la historia del Perú”. Yo estoy por cumplir 80 años, y comprendo que es momento de pasar todos sus papeles o a la Biblioteca Nacional o al Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú. Franklin fue tanto director del Museo General de Historia entre 1969 hasta 1974 y director de la Biblioteca Nacional entre 1983 a 1986.”</p> <p>Experto 2. “Por cuestiones históricas, de investigación, pero en realidad va un poco más allá de eso, es todo el potencial que puede generar el archivo de Franklin Pease desde debate de sus propias investigaciones o qué materiales utilizó para desarrollar sus proyectos, los libros, etc. Lo que menciono es más desde un punto de vista más macro, pero permite también vislumbrar no solamente al historiador sino a la persona que hay detrás de él, de quién era Franklin Pease.</p> <p>Para muchas personas, incluso para los jóvenes que no necesariamente lo conozcan a menos de que seas de ciencias sociales o humanidades; entonces es un poco la visión más humana desde el trabajo de su correspondencia, quiénes eran sus amigos, con quiénes frecuentaba, cuáles eran sus proyectos de investigación que pudieron quedar pendientes. ¿Por qué se debería conservar su archivo?, por quién fue Franklin Pease en el Perú y el legado de su obra.”</p> <p>Experto 3. “Bueno al margen de la correspondencia que él pueda tener, es importante los manuscritos de investigación, por ejemplo, las fichas de los materiales que investigó, bibliografía que ha facilitado sus investigaciones; todo eso queda y forma parte también de su archivo personal. En las investigaciones de historiador se tienen manuscritos, borradores, fichas de trabajo, de campo, etc.; toda la información que registra, aparte en algunas correspondencias hay cartas con historiadores que le facilitan información sobre el tema que está investigando: artículos, recortes de periódicos, etc.; porqué parte de la investigación en historia no es solamente documentos de archivo de primera mano sino también de fuentes secundarias.”</p>	<p>“Conversar su archivo personal es para mí y para mi familia un sentido de responsabilidad a esos elogios de Marco Curatola.”</p> <p>“Por cuestiones históricas, de investigación, pero en realidad va un poco más allá: es todo el potencial que puede generar el archivo de Franklin Pease.”</p> <p>“Todo lo que queda y forma parte también de su archivo personal que ha facilitado investigaciones: correspondencia, manuscritos de investigación, por ejemplo, las fichas de los materiales que investigó, bibliografía, etc.”</p>
<p><b>7. ¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener</b></p>	<p>Experto 1. “Bueno yo lo he difundido tanto que de una u otra manera hay investigadores, personas interesadas que han venido aquí a la casa a consultarlo, yo les dejo absoluta libertad.</p> <p>Quiero destacar a otras personas que han hecho una gran labor en el cuidado de los archivos: el archivo personal del Dr. Percy Cayo Córdoba, que fue gran amigo de nosotros, su esposa Gladys Benavides donó su archivo a la Universidad Católica y sus libros a la Universidad del Pacífico, donde él fue profesor. También quiero destacar el archivo personal</p>	<p>“Yo lo he difundido tanto que de una u otra manera hay investigadores, personas interesadas que los han consultado.”</p>

<p><i>respecto al archivo personal de Franklin Pease?</i></p> <p><b>8. ¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?</b></p>	<p>del Dr. José Antonio Del Busto Duthurburu, archivo que fue donado a la Universidad de Piura donde él ha sido profesor. ¿Por qué no donarlo al Estado peruano, al sector cultura?, sin desmerecer a ambos, ninguno de los dos fueron funcionarios públicos de la manera en lo que lo fue Franklin, para él fue muy importante trabajar en el Museo Nacional de Pueblo Libre siendo director José María Arguedas, y después director de la Biblioteca Nacional del Perú. Las dos cosas movieron a Franklin, una vocación de servicio por el sector cultura pública de nuestro país.”</p> <p>Experto 2. “Es volver a traer a colación a un personaje que nos habla tanto dentro de las mismas ciencias sociales, lo cual permite tener una mirada un poco más crítica respecto a su trabajo, yo no tengo las respuestas no sabría decir, es como lo que me ha pasado en algún momento con el propio archivo de José Carlos Mariátegui considerando quién es, y en un plano político bastante álgido también. Lo mismo puede suceder para Franklin Pease, es eso volver a buscar los referentes, lo que se podría hacer, es un trabajo de campo de los propios historiadores, cuál es la idea que tienen de él, qué trabajos han leído o usado basados en sus trabajos, sus obras continúan siendo referencia bibliográfica en las universidades, por ahí también se podría hacer un trabajo desde el archivo, y verlo como un referente actual que tiene repercusión.”</p> <p>Experto 3. “Por el momento no es accesible, todos los investigadores estarían felices como si les dijera ¡vamos a ver el archivo Tello!, tener acceso a los documentos, investigaciones, a borradores, a como él fue planteando sus ideas; es un derrotero para las futuras investigaciones, porque una cosa es que Franklin Pease como historiador lo planteé de una determinada forma y, otra persona analice y revise la misma documentación y proponga otro punto de vista o avale lo que está proponiendo Franklin Pease, es un derrotero para muchos investigadores, tener ahí parte de los trabajos de investigación, sería muy importante.”</p> <p>Experto 1. “Yo creo que uno de los factores más importantes para la preservación de este archivo es haber vivido siempre en la misma casa, que considero un factor sumamente importante para haber conservado el archivo de Franklin, que incluye correspondencia, archivos familiares previos, además de su trabajo como profesor de historia de la Universidad Católica, sus distinciones personales otorgadas como miembro de la Academia Nacional de Historia, profesor de la Universidad Nacional del Cuzco, y también fuera de nuestro país”.</p> <p>Experto 2. “En este caso hablo desde su labor profesional, la repercusión que puede tener hacia la sociedad en sí, en realidad es conocerlo, conocer quién fue no solamente desde las ciencias sociales, voy a hacer una referencia a lo que me sucedió a mí con el archivo Mariátegui, yo creía que todos conocían a José Carlos Mariátegui, porque claro venimos de facultades de sociales y de letras, y por lo general tienes la referencia; quizás no lo has estudiado del todo, pero sabes que existió y lo conoces; pero al conversar me di cuenta que muchos no lo conocían, y no solamente jóvenes. Eso hizo que desde el archivo trabajemos desde otro punto de vista, con otras herramientas, y no solamente textuales, sino más gráficas y un poco más diversas para poder llegar a otros públicos y dar a conocer quién era, lo que ha permitido todo este proceso de gestión cultural con otras instituciones que ha sido un trabajo muy en conjunto.</p> <p>Entonces con Franklin Pease me parece que puede servir ese proceso de trabajo también con él, que en realidad salga de ese nicho de personas que de repente lo conocen, que lo han estudiado; sino conocerlo desde el lado humano, qué hizo, porqué es importante conocerlo. Estoy convencida de que hay referentes que hemos conocido, y que actualmente ya ni se estudian, ese es otro de los aportes que tienen completamente los archivos personales, no solamente desde el creador, sino desde las personas que giran alrededor de él, que son para mí como pequeñas constelaciones y todo eso forma una persona.</p> <p>Además, desde Franklin Pease qué otros personas se pueden conocer, incluso su propia esposa, que es lo que me pasaba a mí con el archivo de Mariátegui y Anna Chiappe; en realidad me parece que es lo mismo que acontece con la esposa de Franklin, el archivo de Franklin existe por ella en realidad; entonces esa figura es importante también rescatarla, y lo mismo sucede con Mariátegui, el archivo de Mariátegui existe por Anna, y los mismo le va pasar a Franklin, siempre hay alguien detrás para la existencia de ese tipo de archivos.”</p> <p>Experto 3. “Bueno una porque creo que si bien es cierto ya están sus libros publicados con sus aportes a la historia peruana, creo que sería de mucha importancia conocer qué hay detrás de todo ese trabajo de investigación, del gran historiador; de como él pudo investigar y desarrollar su trabajo. Sería muy importante, es relevante para la sociedad, claro que sí, es como conocer a la figura en la parte humana, porque también en la correspondencia no solamente vas a encontrar la parte académica, sino también el lado humano, el lado cálido de la persona; qué otros aspectos de su vida puede haber desarrollado, qué hobbies, si le gustaba viajar, encuentras muchas manifestaciones personales que pudieran ser</p>	<p>“Es como lo que me ha pasado en algún momento con el archivo de José Carlos Mariátegui. Lo mismo puede suceder para Franklin Pease, es volver a buscar los referentes, lo que se podría hacer es un trabajo de campo de los propios historiadores.”</p> <p>“Tener acceso a los documentos, investigaciones, borradores, a como Franklin fue planteando sus ideas; es un derrotero para las futuras investigaciones.”</p> <p>“Uno de los factores más importantes para la preservación del archivo es haber vivido siempre en la misma casa. El archivo incluye correspondencia, archivos familiares previos.”</p> <p>“La repercusión que puede tener hacia la sociedad en sí, en realidad conocer quién fue no solamente desde las ciencias sociales. Además, desde Franklin Pease qué otras personas se pueden conocer, incluso su propia esposa, el archivo de Franklin existe por ella en realidad.”</p> <p>“Sería de mucha importancia conocer qué hay detrás de todo ese trabajo de investigación, del gran historiador; de como él pudo</p>
---	---	--

<p><b>9. ¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?</b></p>	<p>accesibles; no es algo que sea muy reservado pero si se ve por ejemplo en las tarjetas de saludo de navidad o en las de saludo de cumpleaños se ve esa parte humana del personaje, no solamente el lado académico.”</p> <p>Experto 1. “Yo creo que los investigadores que acuden a un archivo tienen distintos perfiles e intereses, se ha avanzado muchísimo en facilitarle al investigador el trabajo de sus manuscritos, llamémosle así hablando siempre de humanidades e historia. Puede ser un archivo particular, veamos por ejemplo el caso del Dr. Félix Denegri, fue un historiador e investigador, pero también era un abogado que veía casos empresariales, notariales, judiciales, etc. Sobre todo, han sido historiadores interesados en su obra que de alguna manera tuvieron relación con mi esposo como son las cartas con Emilia Romero de Valle, esposa del Dr. Rafael Heliodoro Valle. Quiero destacar a la Universidad de la Experiencia de la PUCP, que me ayudaron a clasificar y organizar el archivo de Franklin. Además, en ese entonces, se pudo contratar a una archivera, y después una bibliotecóloga por medio de la ayuda económica de Supermercados Peruanos S.A. a través del programa “redondeo del vuelto”. Yo creo que las empresas deberían ayudar con este tipo de situaciones, porque contribuye a un país más culto, mejor comprendido.”</p> <p>Experto 2. “Va a depender del tipo de archivo que se tenga, por ejemplo, si son archivos de escritores, por lo general es público de humanidades; o si son archivos de algunos historiadores, público de ciencias sociales. En realidad, depende del archivo al que se esté investigando, pero por darle un punto podría ser gente de humanidades y ciencias sociales que son los que estudian; aunque en realidad los de ciencias sociales los estudian más como fuente primaria, más que estudiarlos como un fondo en sí, investigan, buscan que haya dentro o para la propia investigación.”</p> <p>Experto 3. “Bueno un usuario tendría que ser ordenado, honesto con respecto a la información que recopila; el respeto por la información que va a documentar o a recopilar, que no tergiversar la información, que ponga la información veraz. Si bien es cierto que a veces los historiadores o los investigadores interpretan la información, hay cierta información que tiene que ponerse tal cual, en su sentido también no tergiversar la información, sobre todo respetar la información que se va a recopilar.”</p>	<p>investigar y desarrollar su trabajo. Es relevante para la sociedad.”</p> <p>“Bueno yo creo que los investigadores que acuden a un archivo tienen distintos perfiles e intereses, se ha avanzado muchísimo en facilitarle al investigador el trabajo de sus manuscritos.”</p> <p>“En realidad, depende del archivo al que se esté investigando, podría ser público de humanidades y ciencias sociales que son los que estudian.”</p> <p>“Un usuario tendría que ser ordenado, honesto con respecto a la información que recopila.”</p>
<p><b>10. Según su opinión ¿Cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?</b></p>	<p>Experto 1. “Bueno varían muchísimo, Franklin trabajó todo lo concerniente al mundo hispano andino después de la llegada de los españoles, a los incas, la sociedad andina, las crónicas, etc.; además de las cartas personales que intercambiamos cuando él estaba afuera, correspondencia con reconocidos historiadores.”</p> <p>Experto 2. “Hay varios en realidad, por lo general, son temas de investigación desde lo que a nosotros nos ha tocado, hay una transversalidad en realidad de los intereses, porque por ejemplo me ha tocado investigadores que son del área de arte básicamente, y de público de ciencias sociales, y sus intereses de estudios son completamente distintos, varían uno del otro. Por ejemplo en el campo de arte el público está investigando más que nada documentos que puedan darles a conocer por ejemplo cuáles eran las vanguardias de inicios del siglo XX, cómo se manifestaron, dónde fueron o cuál es la representatividad, o qué imágenes eran- no necesariamente las más importantes- y pongo entre comillas “las más importantes”, sino imágenes que puedan darles una línea de tiempo, de trabajo por donde partir; en el caso de ciencias sociales si son un poco más específicos, es decir, tienen como ya un tema, son temas de grados de maestrías, doctorados y lo que están buscando un poco es temas e información mucho más puntual. Sí diría que son diversos, pero por lo general, son de investigación o algunos de curiosidad, históricos. A otros simplemente les interesa conocer el archivo mismo o el personaje en sí, a veces te preguntan sobre la correspondencia, prácticamente lo que siempre se ha estudiado o lo que más se estudia, también hay un área de investigación educativa, cultural porque nuestro público son jóvenes de 25 a 35 años de edad y un segundo público, es el adulto joven de 35 a 55, y tienen otros intereses por ejemplo no necesariamente son de investigación, son de dudas personales como curiosidades.”</p> <p>Experto 3. “Creo que depende del tipo de archivo que se quiera consultar o del tipo de investigación, si por ejemplo como historiadora quiero investigar un periodo de lo que ha trabajado Franklin Pease, entonces reviso y me circunscribo a la información que me proporcione su archivo sobre historia andina; si yo quiero investigar sobre el aspecto urbano de la ciudad de Lima, entonces empiezo en un archivo que me brinde fotografías sobre el casco urbano de Lima. Entonces, el usuario asistirá a un archivo a consultar colección personal, dependiendo del tipo de información se tenga o de la investigación, depende mucho de las líneas de investigación, y en ver dónde vas a encontrar la información; ahí básicamente el usuario, el investigador tiene al orientar su investigación también, ver que archivo personal va a consultar”.</p>	<p>“Bueno varían muchísimo, Franklin trabajó todo lo concerniente al mundo hispano andino después de la llegada de los españoles.”</p> <p>“Por lo general, son temas de investigación, hay una transversalidad de los intereses, Sí diría que son diversos, pero por lo general, son de investigación o algunos de curiosidad, históricos.”</p> <p>“El usuario asistirá a un archivo a consultar colección personal, dependiendo del tipo de información se tenga o de la investigación.”</p>

<p><b>11. En el contexto actual, ¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?</b></p>	<p>Experto 1. “Ahora con la digitalización, distintas instituciones como municipalidades, universidades, colegios, etc. pueden ofrecer un buen servicio a los usuarios que buscan que los documentos estén disponibles en tiempo real.”</p> <p>Experto 2. En realidad, lo que están buscando es que sea de descarga gratuita, por ejemplo, para las fotografías antes las teníamos en descarga de JPG libre; sin embargo, el problema que subsiste mucho en los usuarios es la falta de referencia, es decir, nunca nadie coloca de dónde lo han solicitado o descargado. Pero bueno ese el interés virtual; lo más curioso es que la referencia está en la parte de descripción: como debería citarse el documento, a quién dar los créditos.</p> <p>Siguiendo con la línea, es que el documento este bien descrito, los ayuda bastante a navegar de un lado a otro, como siempre digo no existe digitalización sin traducción; para mi es como la descripción, entonces necesitas una descripción para que nuestro repositorio tenga vida; porque la idea son los enlaces o la información que entregas en las notas, hacia dónde los dirige.</p> <p>Luego está la visibilidad, tiene mucho que ver la forma del diseño de la página, te diría que llama muchísimo la atención, también es cierto que, los usuarios a veces te piden información muy al día, entonces te escriben a las redes, quieren que les respondan ya, buscan la rapidez y la inmediatez que les otorgues. Lo que siempre están esperando, a veces si no tienes la capacidad para poder digitalizar, porque es caro como te mencionaba anteriormente, aunque sea disponer de un inventario, algo que les diga qué es lo que tienes, y necesitas darle un documento que por lo menos los sumerja en tu archivo, y saber qué es lo que están buscando, qué es lo que pueden encontrar. Siempre digo, independientemente de la digitalización que es importante en estos tiempos, pienso que al menos si se debería tener un inventario, no puedes dejar a los usuarios a la deriva sin saber qué vas a encontrar dentro.”</p> <p>Experto 3. “Referidos a tipos de investigación o al acceso, por ejemplo, puede ser más que investigación referidos al acceso, el hecho de que los documentos estén más accesible vía remota, que yo entre a la institución y encuentre en la carpeta de una colección la información de manera directa o consulte un inventario que me vincule a los documentos que deseo consultar.”</p>	<p>“Los usuarios buscan que los documentos estén disponibles en tiempo real.”</p> <p>“En realidad, lo que están buscando es que sea de descarga gratuita. que el documento este bien descrito, luego está la visibilidad.”</p> <p>“Referidos a tipos de investigación o al acceso, el hecho de que los documentos estén más accesible vía remota.”</p>
<p><b>12. ¿Qué sector de ciudadanos podría interesarse en los archivos personales?</b></p>	<p>Experto 1. “Básicamente los historiadores, los médicos, etc. pero es muy diverso, hay mucha gente que se puede interesar, todos los que tengan interés en temas archivísticos, ahora es ponerlo en internet, y así lo puedan consultar, acceder.”</p> <p>Experto 2. “Como te digo para nosotros el sector principal en realidad siempre van a ser los investigadores independientes del área en el que se estén desarrollando, pero también pienso que es el público, pero es un poco sesgado porque a veces también las personas sienten curiosidad cuando están involucradas dentro de lo que justo la virtualidad les ofrece, hay gente que genera sus propios intereses a partir de lo que no sabías que existía, entonces pasas de un estadio a otro. Si es cierto, que principalmente decimos que son los investigadores, pero particularmente pienso que es un público bastante amplio, a veces también hay por ejemplo el área educativa que son jóvenes, escolares que van a las visitas en el Museo Mariátegui, que puedan un poco conocer lo que hay dentro del archivo, pero sí diría que el sector primordial es el área educativa, investigación, universidades”.</p> <p>Experto 3. “Yo creo que cualquiera, no necesariamente un historiador, antropólogo, un ciudadano de a pie que le guste investigar y escribir algo, creo que no hay un sector específico. Hasta periodistas consultan los archivos no solamente para documentarse de manera directa sobre determinados hechos, entonces el sector es muy amplio: jóvenes, estudiantes, dependiendo de la carrera, todas las cuales tienen un lado histórico y de investigación vinculado a las consultas de fuentes de primera mano.”</p>	<p>“Hay mucha gente que se puede interesar.”</p> <p>“El sector principal siempre van a ser los investigadores, es un público bastante amplio, a veces también hay por ejemplo el área educativa que son jóvenes, escolares.”</p> <p>“Creo que cualquiera, no necesariamente un historiador, antropólogo, un ciudadano de a pie que le guste investigar y escribir algo.”</p>
<p><b>13. ¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?</b></p>	<p>Experto 1. “Primero, se debería contar con un archivero o también buscar un apoyo económico de instituciones y empresas que coadyuven a organizar, poner al servicio documentos de valor histórico, cultural, para realizar los distintos procesos de gestión documental archivísticos y así los usuarios puedan acceder a los documentos.”</p> <p>Experto 2. “Pienso que tiene mucho que ver con las herramientas digitales, en realidad no vas a hacer atractivo el documento solamente pensando que lo tienes; se me ocurren herramientas como por ejemplo trabajar líneas de tiempo, redes sociales, visualizaciones de datos, hay estos mapas geográficos de líneas de tiempo, pero relacionadas con ciudades. En el caso del Archivo Mariátegui, hicimos como una línea la experiencia europea de Mariátegui, trabajamos bajo una herramienta de geolocalización, una especie de mapeo por todas las ciudades que estuvo y lo enlazamos con todos los documentos del archivo que teníamos de esa época: cartas, tarjetas postales, fotografías, documentos; entonces es una forma de invitar a un público joven, tienes que valerte mucho de esas herramientas digitales, todo lo que sea lo más visible posible con bastante información, y</p>	<p>“Se debería contar con un archivero o también buscar un apoyo económico de instituciones y empresas.”</p> <p>“Valerte de las herramientas digitales para hacerlo más visible. En realidad, no vas a hacer</p>

<p><b>14. ¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?</b></p>	<p>siempre procurar las fuentes, creo que es esa una forma. Antes teníamos un público por lo general de 30 a 35 años de edad, pero ahora por ejemplo cuando revisó las estadísticas he visto que ha subido a un público de 25 a 35, lo cual es bastante bueno porque es un público joven. Entonces esas estrategias han funcionado, por ejemplo, nosotros estamos tratando de implementar cursos, conferencias, etc. Al inicio lo primero que trabajas es el archivo, y luego tienes que ir desarrollando actividades alrededor de este sí o sí, y lo tienes que enlazar para que se genere contenido, en alguna presentación que tengas, de algún tema, etc.”</p> <p>Experto 3. “Bueno un punto importante es la difusión y eso es en los archivos en general. Si uno no difunde, nadie sabe qué es lo que tienes ni para que sirve; entonces ahí las instituciones deben tener un plan de marketing que permita la difusión masiva de sus fondos de tal manera que los usuarios puedan conocer no solamente lo que hay en temas de manera general, sino publicar sus catálogos también, para saber exactamente qué documentación consultar, hacer una guía general, utilizar las redes sociales. Por propia experiencia te digo como hemos trabajado nosotros en parte la difusión de nuestro pequeño fondo accesible que son las fotografías, y así tiene que haber una política de difusión, en todo no solamente publicidad de empresas, sino también cotizar. Ahora las redes sociales son las que llegan a todo el mundo y sobre todo al público joven que es el que se necesita captar, así como a los archiveros también para que puedan saber y conocer que existen colecciones personales y que necesitamos profesionales para que trabajen esas colecciones.”</p> <p>Experto 1. “Porque ahora todo es marketing, yo prefiero usar la palabra comunicación, yo por ejemplo difundo todo el tiempo en internet a lo que tengo acceso, hay conversatorios sobre estos temas. Pero lo importante, y no presiono en ese sentido, es acudir a las empresas para que tomen conciencia de que pueden tener mejores clientes, una sociedad más cohesionada, más conocedora de sí misma.”</p> <p>Experto 2. “Porque lo ayuda uno en la visibilidad que es lo principal, que la gente lo conozca, sepa que existe. Sin embargo, también contribuye en todas las otras áreas en las que después puedes ir desenvolviéndote, porque igualmente puedes generar fondos; me refiero a poder concursar a fondos de archivos para poder preservarlo, conservarlo o hacer otros proyectos con relación al archivo.</p> <p>¿De qué manera puede ayudar el marketing?, impulsa muchísimo en su difusión y visualización, así inicias con lo más básico, de ahí poco a poco empiezas a desarrollarte en otras áreas, te permite tener cierto prestigio dentro de ese pequeño mundo.</p> <p>Hay buenas estrategias de difusión por ejemplo en Twitter de archivos, no es que tengan 100 likes, a lo mucho 20 o 30, a veces 5 o 6 likes. Son archivos conocidos que no necesariamente tienen bastantes seguidores, pero si tienen esa perspectiva de ir publicando de a poco los documentos que van manejando con sus respectivas descripciones, con los códigos para ubicarlos. Entonces, esos pequeños archivos a veces igual siguen y siguen y me parece super interesante, pues con el tiempo repercuten en el archivo mismo.”</p> <p>Experto 3. “Es que lo da a conocer de una manera integral, de tal manera que permita que todas las personas interesadas o no interesadas conozcan la existencia de archivos personales, que existe un archivo en general; si no pones en vitrina el archivo, si no lo das a conocer, nadie le va dar la importancia o el valor que tiene ese archivo, y por ende de la información, los documentos que conserva; entonces también lo digo por propia experiencia, cómo a través de las redes sociales se conoce más, tienes más seguidores, acceso, contacto con otros archiveros que puedan apoyar, sobre todo eso, el contacto, la publicidad. La difusión igualmente te permite intercambiar información con otros archivos que puedan tener la misma problemática y que pueden ayudarse mutuamente, es eso lo que falta en el aspecto archivístico, interrelación entre archiveros.</p> <p>En un evento, nosotros difundimos por Facebook, lo transmitimos por Zoom y por Facebook Live, entonces de esta manera no solamente los que se inscriben van a tener acceso a esta conferencia sino el público interesado en archivos personales, la organización, el servicio, en fin, todo lo que los panelistas puedan contarnos sobre su experiencia en la organización de este tipo de colecciones”.</p> <p>Experto 1 “Bueno yo creo que quienes creemos en esto, debemos estar hablando todo el tiempo, y sobre todo los parientes, amigos, hay casos en que son los alumnos; pero siempre tiene que ser en mi opinión la familia, es muy importante la responsabilidad de la familia. Para mí lo importante es que las personas debemos tomar conciencia de esto.”</p> <p>Experto 2. “Yo creo que primero tienes que buscar en el archivo cuáles son las piezas principales, qué objetos documentales se manejan sabes que te pueden generar engagement, a partir de eso haces un inventario, y por ejemplo si tienes 3000 mil objetos digitales, de esos 3000 tienes 100, de esos 100 independiente de la tipología documental, puede ser correspondencia, imágenes fotografías, cheques, algún recorte, periódico; entonces alrededor de ese documento tienes que ver aquello que puede captar usuarios. Por ejemplo, nosotros tenemos dos cartas de Cesar Vallejo y un libro con una autógrafo o tengo una carta de Abraham Valdelomar, son todas esos documentos relevantes que manejas; viene la efemérides de un personaje y a partir del archivo dices: ¡celebramos hoy los ciento y tanto años del escritor peruano! ¡y ahí colocas un documento del archivo o alguna fotografía que tengas! Entonces, esos elementos los tienes que ir usando primero, pienso que lo primero es revisar y tener en cuenta todo documento que se considere importante, a veces no necesariamente va funcionar, pero sin embargo creo que si puedes volver a hacer; no porque en ese momento no tenga repercusión no significa que de repente no valga, sino a veces</p>	<p>atractivo el documento solamente pensando que lo tienes.”</p> <p>“Las instituciones deben tener un plan de marketing que permita la difusión masiva de sus fondos para que los usuarios puedan conocer, a través de catálogos, guías, redes sociales que documentos encontrar.””</p> <p>“Yo prefiero usar la palabra comunicación, yo por ejemplo difundo todo el tiempo en internet lo que tengo acceso.”</p> <p>“Impulsa muchísimo en su difusión y visualización, así inicias con lo más básico, de ahí poco a poco empiezas a desarrollarte en otras áreas.”</p> <p>“Es que lo da a conocer de una manera integral, de tal manera que permita que todas las personas interesadas o no interesadas conozcan la existencia de archivos personales.”</p> <p>“Es muy importante la responsabilidad de la familia.”</p> <p>“Primero tienes que buscar en el archivo cuáles son las piezas principales, qué objetos documentales se manejan que sabes que te pueden generar engagement.”</p>
<p><b>15. ¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?</b></p>		



<p><i>16. ¿Qué acciones concretas de difusión se puedan considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?</i></p> <p><i>17. Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?</i></p>	<p>puede ser el fallo de la estrategia de la imagen en sí, a veces el captions que de repente no era la información adecuada, otras, que no utilizaste los hashtags suficientes; no soy tan ducha en esa área pero lo entiendo porque me encargo de las redes del archivo; entonces descubrí que lo principal eran los documentos que tengan bastante valor documental dentro de tu propio archivo; porque siempre hay algo dentro del archivo que tiene un poco más de visibilidad, sí es verdad, yo siempre digo que uno nunca debe apostar al todo pero si necesitas de una parte para poder primero hacerlo visible y luego hablar que esto se encuentra dentro de un todo.”</p> <p>Experto 3. “Otro aspecto importante son las visitas, cómo llegar no solamente a un público adulto o estudiantes, sino a otro tipo de público como los niños, la visita de escolares, eso es algo que por ejemplo como estrategia podría hacer el AGN. Si bien es cierto las colecciones son diferentes, pero hay otras estrategias que se pueden ir planteando de acuerdo con la accesibilidad que se permita a la documentación. Se puede manejar dependiendo del personaje, si es un personaje relevante dentro de la historia del Perú, entonces realizar una pequeña exposición donde puedan asistir niños, estudiantes de historia, escolares; entonces acercarlos al documento, que lo vean; claro ahora con esto de la pandemia la virtualización en todos sus aspectos ha tomado más fuerza, hay diseños que son muy bonitos, llamativos, y que pueden surtir el mismo efecto. Claro y tener en cuenta siempre en las colecciones por la privacidad del autor, porque en este caso los herederos son los que dan la pauta, los que permiten el acceso a esa información, por más que sea una donación o custodia; ellos son los que deciden hasta está permitido el acceso.”</p> <p>Experto 1. “Yo comprendo que ahora cuando estoy por cumplir 80 años tengo que tomar la decisión, y en este momento por el tipo de archivo personal, particular que custodio, el cual he ayudado también a formar, tengo que tomar la decisión concreta de pasarlo o a la Biblioteca Nacional del Perú donde esta los libros de mi esposo y donde tengo que pasar el resto de los libros o llevarlos al Museo Nacional de Arqueología Antropología e Historia del Perú.”</p> <p>Experto 2. “Algo que me explicaron era por ejemplo tener y utilizar unos highlights principales a partir de lo que manejas, que pueden ser por ejemplo cómo se cuentan los documentos que pueden ser cómo se cuentan los documentos, de repente se puede tener algunos documentos dentro de Franklin Pease que son netamente sobre historia, entonces utilizas ese gadget, todos estos documentos son de historia y vas segmentando y vas replicando eso en el proceso de difusión; no significa que los tengas que ordenar así; me refiero solamente del punto de vista de difusión nada más; no tiene nada que ver con el proceso de procesamiento técnico, con la metodología. Lo otro era lo que te decía sobre algunos documentos que considere el área son los más importantes; otra también es sí manejar una línea grafica adecuada, es decir; tratar de que todas las publicaciones que mantengas sean lo más uniformes posibles, como una especie de identidad. Nosotros en el archivo Mariátegui, tenemos una línea gráfica que desarrollamos como dos años después más o menos, cuando ya íbamos a trabajar la web; si me parece importante. Por ejemplo, en el proceso de difusión tener más claras las cosas, qué colores usar para la escritura, líneas o qué tipo de letra a emplear; parecen detalles menores, pero sí son importantes. Por ejemplo, trabajar las letras, cuáles son las imágenes que se van a utilizar, y lo mismo pasa para otros archivos de interés público; las fotografías por sí solas son básicas, te dicen mucho, pero para el caso de documentos en papel si tiene otra connotación es completamente distinto. El trabajar con documentos con escritura como objeto archivístico tipo visual es más complicado que usar una imagen, una fotografía.”</p> <p>Experto 3. “Publicar un catálogo digital para saber qué es lo que tiene la colección, más que quizás publicar el documento, qué documentos son de interés y cuáles son a los que se pueda acceder, y en base a eso iniciar una digitalización para que sea de acceso público; si no sabes qué es lo hay, no se puede plantear, qué acciones difundir, en términos de conocer qué temas, qué es lo que va a encontrar el investigador, y después ver la forma de hacer una digitalización de los documentos que son accesibles.”</p> <p>Experto 1. “Han aligerado muchísimo la capacidad de comunicación, cuando Franklin llegó en 1969 al archivo del Museo Nacional de Historia ni siquiera había teléfono ni computadora todavía, había el Xerox, pero era muy limitado. La digitalización pues consistía en tomar fotos de los documentos. Franklin cuando empezaba sus investigaciones primero redactaba a mano y después los pasaba a máquina de escribir, y fue absolutamente feliz cuando apareció la computadora, ya no tenía que hacer varias versiones.”</p> <p>Experto 2. “Por la llegada, además todo el mundo tiene redes sociales. Sí son importantes para difundir. He visto que algunas instituciones utilizan el tik tok, y me parece interesante, porque ya no se basan en la imagen fija sino por ejemplo hacen pequeños reels sobre qué documentos puedes encontrar, entonces esa difusión las hace un poco más dinámica. Sí,</p>	<p>“Otro aspecto importante son las visitas, cómo llegar no solamente a un público adulto o estudiantes, sino a otro tipo de público como los niños, la visita de escolares.”</p> <p>“Por el tipo de archivo personal particular que custodio, tengo que tomar la decisión concreta de pasarlo o a la Biblioteca Nacional del Perú o al Museo Nacional de Arqueología Antropología e Historia del Perú.”</p> <p>“A partir de lo que manejas, utilizas unos highlights (Lo más destacado) que pueden ser cómo se cuentan los documentos, se puede tener algunos documentos dentro de Franklin Pease que son netamente sobre historia.”</p> <p>“Publicar un catálogo digital para saber qué es lo que tiene la colección.”</p> <p>“Han aligerado muchísimo la capacidad de comunicación.”</p> <p>“Por la llegada. Sí son importantes, pero también hay que ver con cuál trabajar, cuál conviene más o saber</p>
---	---	---

<p><b>18. ¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?</b></p>	<p>son importantes, pero también hay que ver con cuál trabajar, cuál conviene más o saber qué es lo que se va a colocar en cada una. Hay instituciones más grandes que manejan más redes sociales o pueden hacer podcast o utilizar Spotify. En cambio, nosotros utilizamos ahora el canal de YouTube para subir todos los cursos, conferencias que se hayan dictado. No tenemos tantos seguidores, pero de un tiempo atrás cómo que comenzó a subir, lo digo porque son archivos bien nichos; son personajes poco conocidos; no es la Casa de la Literatura Peruana o no es el MALI que ya tienen público ya logrados, que además tienen un lugar y un espacio físico; yo no tengo un espacio físico, me ayudó mucho con el Museo Mariátegui, que tiene más redes sociales, pero también eso nos ha llevado a la confusión y piensan que es lo mismo.</p> <p>El Instagram siempre va a ser super visual, por ejemplo, en el Twitter todo lo que sea textual y una que otra imagen puede ayudar, por lo general los hilos te pueden servir mucho o promocionar, dar información de algo por lo general; pero como te digo todo depende, puedes empezar con una red, hay personas que se quedan con una y les va muy bien. Por ejemplo en el Instagram si todo es muy visual y no tienes muchas fotografías vas a tener que trabajar muy bien los textos: documentos textuales, cartas, escritos, manuscritos, etc. para que tengan visibilidad; me parece que es la forma de poder difundirlo, y una vez que comienzas a manejarlo es un error aprender, dependiendo de quién lo haga, yo sé que hay gente que es completamente experta en esa área, yo he aprendido en el camino, tienes que estar respondiendo, estar atenta a algún comentario que hagan de la imagen; es algo que todas maneras tienen que manejar; pero sí segmentarlo en una red social que vas a utilizar.”</p> <p>Experto 3. “Es muy global, llega a todos los niveles no solamente a jóvenes y adultos, sino que trasciende las fronteras, se conectan desde varios lugares del planeta, y hay personas que te siguen y están pendientes de lo que publicas, de lo que vas aportar; entonces la difusión de los archivos en redes sociales es muy importante para darlo a conocer no solamente en un ámbito cerrado, a nivel mundial diríamos porque se conoce, lo que publicas va más allá de las fronteras; nosotros en los cursos de capacitación cuando hacemos la difusión, se conectan de varios países, las redes sociales te permiten globalizar tu institución, es hacerla conocida más allá de las fronteras, te ayuda mucho con la difusión del material si es que publicas el catálogo; los investigadores van a interesarse en la documentación que tiene la colección si trata de los temas de su interés.”</p> <p>Experto 1. “Porque facilita la comunicación, en este punto entra mucho el archivo digital. Lo que pasa es que la gente debe usarlo más: ingenieros, economistas, agricultores, etc. El marketing digital aporta en los archivos en dinamizarlos, en su visibilidad hacia la sociedad.”</p> <p>Experto 2. “Contribuye porque lo hace visible, es una buena estrategia de marketing en realidad. Algo que me gusto del CeDInCI de Argentina es que hizo una campaña de recaudación de fondos para equipar su nueva sede, una estrategia de varios personajes conocidos para dar a conocer que se estaban mudando, por ejemplo “Cristina Kirchner ha visitado el Centro de Documentación”, entonces era una manera de difundir porque el Centro de documentación tiene más de 160 mil volúmenes, me pareció una campaña interesante. Luego, he visto también que algunos archivos han comenzado a hacer pequeños videos de sus fondos.</p> <p>Volviendo a lo que me preguntas; sí pienso que se puede hacer bastantes cosas con poco presupuesto porque es lo principal en realidad, obviamente no manejamos el mismo dinero que de repente las dos instituciones que te mencione, pero si se pueden hacer pequeños objetivos, es decir, si quieres primero generar el engagement utilizas ciertas imágenes que hagan que se visibilicen, por ejemplo etiquetar a otras instituciones aporta mucho, lo que genera trabajar con instituciones aliadas; entonces sí contribuye o cómo contribuye es eso, que la gente sepa que existe, que lo conozca, que al menos tenga la curiosidad de preguntar, al menos si tienes uno que pregunte por el archivo de Franklin Pease es bastante; a mí me pasaba eso en realidad, hasta que poco a poco tienes público suscribiendo a un boletín. Sí manejamos un boletín virtual con y ahí damos a conocer las actividades que hacemos nosotros, y otras cosas que se hayan desarrollado como noticias en general.”</p> <p>Experto 3. “Considero que el marketing digital no es solamente la elaboración de un catálogo digital sino también es un planteamiento de estrategia de difusión que implica diseño, toda una presentación del archivo desde varios punto de vista; cuáles son los objetivos, algo así como hacer una carta de servicios, de tal manera que virtualmente te permita captar seguidores o interesados, y además difusión a través de redes sociales, Instagram, Twitter, correo electrónico, etc., con diseños novedosos y modernos, de tal manera que capte la atención de ese público, con información veraz y oportuna.”</p>	<p>qué es lo que se va a colocar en cada una. Hay instituciones más grandes que manejan más redes sociales o pueden hacer podcast o utilizar Spotify.”</p> <p>“Las redes sociales te permiten globalizar tu institución, te ayuda mucho con la difusión del material si es que publicas el catálogo; los investigadores van a interesarse en la documentación.”</p> <p>“El marketing digital aporta a los archivos en dinamizarlos, en su visibilidad hacia la sociedad.”</p> <p>“Sí contribuye o cómo contribuye es eso, que la gente sepa que existe, que lo conozca, que al menos tenga la curiosidad de preguntar.”</p> <p>“Considero que el marketing digital no es solamente la elaboración de un catálogo digital sino también es un planteamiento de estrategia de difusión.”</p> <p>“Pienso que son los académicos. Los archivos no solo son documentos, también hay archivos sonoro digital”</p>
<p><b>19. ¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para</b></p>	<p>Experto 1. “Yo pienso que son los académicos, porque es el mundo que yo vivo, justo estaba viendo por ejemplo un libro hoy todo eso estaría en digital verbal. Por ejemplo, en el caso de Mario Vargas Llosa siempre se promociona su biblioteca en Arequipa, pero no su archivo, y ahí también hay un archivo sonoro digital con conversaciones con sus amigos. Creo también hay que tener en cuenta eso, pues es muy valioso.”</p>	

<p><i>difundir un archivo personal?</i></p> <p><b>20. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?</b></p>	<p>Experto 2. “Cuando no tienes una web puedes empezar con redes que es lo más fácil y es gratuito, dependiendo cual sea la que utilices, también hay canales como Youtube o Vimeo, este último está un poco más centrado en videos de difusión de información, pequeños reels más orientados a la explicación, te ayuda mucho mejor para cuestiones un poco más audiovisuales porque tiene un público ya segmentado. Youtube en cambio, te sirve si por ejemplo haces alguna conferencia o una pequeña presentación; diría que sí es importante tener una página web porque te ayuda con la visibilidad. Otro canal es contar con un correo ya que permite que el público se pueda contactar contigo.</p> <p>Experto 3. “Aparte del Facebook, habría que ver estadísticas de cuál tiene más llegada, me parece que es Twitter más que Instagram, pues tiene más llegada al público; si la institución puede facilitarlos es mejor cuánto más redes sociales utilices.”</p> <p>Experto 1. “Tiene que estar debidamente clasificado, que sea de libre acceso a la información y cuente con un sitio web para el público. Yo creo que el Perú ha mejorado mucho en la conservación de archivos particulares, hoy cuando una persona tiene un archivo particular importante se tocan las puertas del Estado, conservar un archivo es muy complicado, requiere recursos específicamente: económicos, personal especializado, un espacio donde ponerlo; no es que una vez que se digitaliza se destruyen los papeles.”</p> <p>Experto 2. “Sería bueno tener un gestor de archivos, nosotros por ejemplo utilizamos Atom, software libre que está definido para trabajar como archivo, es decir, una vez que tienes tu cuadro de clasificación puedes armar fondos, series, subseries, etc.; también existe el Collective Access que funciona un poco más en colecciones de arte, pero también para archivos personales o archivos en general; necesitas al inicio contar con un desarrollador, estás dos plataformas están diseñadas para representar la información como los tenemos organizados en el archivo; ahora he visto personas o archivos que no tienen los medios para poder contratar los servicios de un desarrollador y utilizan Wordpress como plataforma, en este caso lo mejor que puedes hacer ahí es un solo fondo por series, yo opino que lo mejor que uno puede hacer es trabajar a partir de la misma nomenclatura que te da la archivística, es decir, desde todas las tipologías documentales.</p> <p>Voy a suponer que tenemos 30 cartas de Franklin Pease con sus amigos, entonces para que se visibilicen todas se agrupan, pero a la vez eso debería estar relacionadas con otros para poder saltar a otra serie o a otra colección que tengas; puedes utilizar algunos tweets que te ayuden a trabajar las carpetas y mejorar la organización de la información según como la tengas tú en tu propio archivo.</p> <p>Hay plataformas para algunos archivos fotográficos como Flickr en la que puedes armar colecciones, por ejemplo, mucha gente lo utiliza, nosotros lo utilizamos en un inicio para el archivo fotográfico y funciona super bien. Y, si quieres ya generar otros tipos de contenidos, utilizar algunas herramientas gratuitas como ArcGis para la geolocalización de documentos o líneas de tiempo de algunas herramientas gratuitas que sirven bastante bien, he utilizado algunas para visualizaciones de datos; pero si lo principal que quieres es visibilizar los fondos, sugeriría que se tenga un gestor de archivos para mi sería lo primordial, pero si entiendo que eso no necesariamente se pueda tener por cuestiones económicas.”</p> <p>Experto 3. “Hay que preparar un guion, y ver qué cosa es lo que vas a mostrar, es lo que nosotros hacemos cuando vamos a presentar una infografía guion y en base al cual empezar a diseñar, tanto la parte escrita, de contenido y, gráfica; se va trabajando y después se ve la parte de diseño gráfico, los colores, la presentación en sí en general; ver qué es lo que se va poner, porque puedes hacer conexiones al guion dependiendo la cantidad de texto que deseas poner y seleccionar, ver qué es lo que quieres resaltar también, revisar dentro de la presentación qué vas hacer en el Facebook o el canal que elijas, por eso hay que partir de un guion para estructurar la presentación en la página de Facebook. Por ejemplo, si es una página de Facebook específica sobre la colección de Franklin Pease tienes que saber cómo la vas a diseñar, qué contenido es relevante; las páginas de Facebook se tienen que ir actualizando cada dos o tres días, debes tener una lista seleccionada del material contenido a incluir, esto es muy importante porque tu página tiene que estar en movimiento, no ser estática.”</p>	<p>“Puedes empezar por redes, depende de cuál se utilices. Otros canales: Youtube, Vimeo, correo.”</p> <p>“Aparte del Facebook, habría que evaluar cuál tiene más llegada al público”</p> <p>“Tiene que estar debidamente clasificado, que sea de libre acceso a la información y cuente con un sitio web para el público.”</p> <p>“Sería bueno tener un gestor de archivos: Atom, Collective Access. Varios archivos utilizan Wordpress como una opción. Hay plataformas como Flickr o ArcGis, el primero sirve para archivos fotográficos, y el segundo para la geolocalización de documentos con líneas de tiempo.”</p> <p>“Hay que preparar un guion, y ver qué cosa es lo que vas a mostrar, lo que se va a resaltar.”</p>
---	--	---

## Anexo 6: Resumen de la subcategoría Archivo personal de Franklin Pease-Guía de entrevista

Pregunta	Frases codificadas	Recopilación de resultados
1. ¿Cuál es la importancia de los archivos personales en la sociedad?	<p>Experto 1: “Todo archivo que logra ser preservado con el tiempo se convierte en una fuente de información sobre diversos aspectos que adquieren valor.”</p> <p>Experto 2: “El valor es adquirido a partir del que le da la sociedad en sí: histórico social, cultural. Además del valor en el proceso de investigación que le da cada persona. entonces en ese caso si son importantes.”</p> <p>Experto 3: “Son importantes en la medida que tengan información relevante para el estudio de la evolución social e histórica del país en general.”</p>	<p>Los entrevistados señalaron que los archivos personales son de gran valor histórico, social y cultural que le otorga la sociedad y los ciudadanos. Además, como fuentes de información relevantes para el estudio de la evolución en estos aspectos.</p>
2. ¿Qué retos afrontan los archivos personales?	<p>Experto 1: “Uno de los factores decisivos es del vivir en casas amplias donde hay sitio para guardar papeles. Es mucho más difícil encontrarle espacio a un archivo que son siempre visto como simples papeles.”</p> <p>Experto 2: “Falta de políticas públicas, el otro es su desaparición porque están preservados o se encuentran custodiados, a veces por familias y en algunos casos en la BNP; otros de los inconvenientes es que están dispersos por todos lados.”</p> <p>Experto 3: ““El acceso creo que es uno de lo más álgidos, porque no todos los archivos personales son accesibles.”</p> <p>Experto 1: “Las autoridades deben nombrar en el Ministerio de Cultura a una persona que dé prioridad a la cultura peruana.”</p>	<p>Los entrevistados opinaron que los principales retos están relacionados a la falta de políticas públicas, así como a la desidia política no solo de archivos personales sino del patrimonio documental y bibliográfico, puesto que no se cuenta con políticas claras sobre su adecuada gestión; lo que se evidencia en su diseminación en distintos ámbitos: familias, instituciones, centros culturales, bibliotecas, etc., por ello debería realizarse un trabajo más cohesionado para identificar dónde se encuentran. Asimismo, otro reto es la falta de espacios.</p>
3. ¿Cuál sería el potencial de un archivo personal en la sociedad?	<p>Experto 2: “Hay un valor social, histórico y cultural. No se queda en un solo plano solo del papel; sino es el trabajo de investigación que puede existir detrás.”</p> <p>Experto 3: “Depende del tipo de documento, qué se conserve, de los personajes que tienen colecciones que pueden ser literatos, artistas, historiadores personajes públicos o autoridades que conservan diversos grupos documentales que te dan un amplio espectro de investigación.”</p>	<p>Los entrevistados expusieron con que se tienen varios potenciales referidos al valor social histórico y cultural. Así por ejemplo en el caso del archivo Mariátegui se terminó realizando un trabajo de gestión cultural: curaduría, exposiciones catálogos, etc. que sirvió para que el archivo tenga más alcance, y no solo se enfoque desde el punto de vista papel. Igualmente, el potencial depende del tipo de documentos que se custodien, de la actividad de sus creadores (literatos, artistas, historiadores, autoridades, etc.), todo lo cual permite tener una referencia para la investigación. Por último, dar prioridad a la cultura, y siendo así que los archivos personales sean valorados en la sociedad como tal.</p>

4. ¿Qué políticas archivísticas desde el Archivo General de la Nación tendrían que tenerse en cuenta para lograr una adecuada gestión de archivos personales en nuestro país?
- Experto 1: “Conociendo que los archivos son la fuente de cualquier investigación.”
- Experto 2: “Podría ser desde la gestión misma. desde el procesamiento de las colecciones. Hay mucha desidia política. Es un trabajo largo, ahí hay un proceso no solamente desde el Estado sino desde la comunidad archivística.”
- Experto 3: “El aspecto de la conservación y la organización es un factor muy importante. Por ejemplo, si tienes una colección de un personaje como Lohman Villena o de un presidente, tienes que disponer de un espacio y las medidas de conservación adecuadas.”
- Los entrevistados expresaron que existe una desidia política, y que una ley no puede cambiar todo el contexto actual. Las políticas tendrían que iniciarse desde la misma gestión, desde el procesamiento de las colecciones; que es un trabajo permanente no solo desde el Estado sino desde la comunidad archivística. Para generar políticas específicas es importante conocer qué se requiere a nivel macro para luego ir a lo micro. Asimismo, conociendo que los archivos son fuente de cualquier investigación, existe escasa preocupación con respecto a su gestión. La conservación y organización es un punto importante para lo cual hay que considerar el tamaño de la colección para disponer de un espacio adecuado, y una vez ya organizados ponerlo al servicio, teniendo en cuenta el periodo de vigencia, los valores de la documentación, medidas de conservación, etc.
5. ¿Por qué los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital?
- Experto 1: “Principalmente por razones de espacio, y segundo porque se supone que la parte digital es más fácil de manipular.”
- Experto 2: “El traspaso me parece básico, primordial por cuestiones de preservación y conservación. En cuestiones de servicios de información das a conocer lo que tienes.”
- Experto 3: “Por el acceso. Depende también de lo que se va a digitalizar y del volumen, a qué documentos los herederos permiten el acceso.”
- Los entrevistados resaltaron que los archivos personales tendrían que migrar a un soporte digital principalmente por cuestiones de espacio y porque se facilita que sean más accesibles, disminuye su manipulación al contar con Back-Ups o con copias en la nube. Además, su traspaso es primordial para su preservación y conservación lo que repercute en que el trabajo fluya de manera óptima por ejemplo en el mismo servicio o en las solicitudes de información; en este sentido una de las funciones que tiene la digitalización es el de brindar mayor alcance a las personas, lo que facilita el acceso abierto. No obstante, otro de los retos es que el proceso de digitalización resulta costoso.
6. Franklin Pease es reconocido como un destacado investigador e historiador ¿Por qué se debería conservar su archivo personal?
- Experto 1: “Conversar su archivo personal es para mí y para mi familia un sentido de responsabilidad a esos elogios de Marco Curatola.”
- Experto 2: “Por cuestiones históricas, de investigación, pero en realidad va un poco más allá: es todo el potencial que puede generar el archivo de Franklin Pease.”
- Los entrevistados destacaron que conservar el archivo de Franklin Pease es un sentido de responsabilidad, pues como dice Marco Curatola: “gracias a la obra de Franklin Pease, la historia andina es hoy considerada como una parte fundamental de la historia del Perú. XX. Se debería conservar el archivo de Franklin Pease por cuestiones históricas, de investigación es todo el potencial que puede generar su archivo, permite conocer no solamente al historiador sino a la persona, conocer no solo la correspondencia sino también sus manuscritos de investigación, las fichas de los materiales que investigó, la bibliografía de sus investigaciones, artículos, recortes de periódicos, etc. que forma parte de su acervo personal.

- Experto 3: “Todo lo que queda y forma parte también de su archivo personal que ha facilitado investigaciones: correspondencia, manuscritos de investigación, por ejemplo, las fichas de los materiales que investigó, bibliografía, etc.”
7. ¿Cómo cree que repercute en la actualidad el conocimiento que se pueda tener respecto al archivo personal de Franklin Pease?
- Experto 1: “Yo lo he difundido tanto que de una u otra manera hay investigadores, personas interesadas que los han consultado.”
- Experto 2: “Es como lo que me ha pasado en algún momento con el archivo de José Carlos Mariátegui. Lo mismo puede suceder para Franklin Pease, es volver a buscar los referentes, lo que se podría hacer es un trabajo de campo de los propios historiadores.”
- Experto 3: “Tener acceso a los documentos, investigaciones, borradores, a como Franklin fue planteando sus ideas; es un derrotero para las futuras investigaciones.”
8. ¿Por qué sería importante que la sociedad conozca sobre el archivo personal de Franklin Pease?
- Experto 1: “Uno de los factores más importantes para la preservación del archivo es haber vivido siempre en la misma casa. El archivo incluye correspondencia, archivos familiares previos.”
- Experto 2: “La repercusión que puede tener hacia la sociedad en sí, en realidad conocer quién fue no solamente desde las ciencias sociales. Además, desde Franklin Pease qué otras personas se pueden conocer, incluso su propia esposa, el archivo de Franklin existe por ella en realidad.”
- Experto 3: “Sería de mucha importancia conocer qué hay detrás de todo ese trabajo de investigación, del gran historiador; de como él pudo investigar y desarrollar su trabajo. Es relevante para la sociedad.”
- Los entrevistados manifestaron que el archivo de Franklin Pease se ha difundido entre investigadores, personas interesadas que lo han consultado. Franklin Pease ocupó diversos cargos públicos como director del Museo Nacional de Historia en Pueblo Libre y director de la Biblioteca Nacional del Perú, teniendo una vocación de servicio por el sector cultura en el país. Asimismo, se indicó sobre el conocimiento de Franklin Pease y su archivo es volver a buscar los referentes, realizar un trabajo de campo con los propios historiadores para conocer cuál es la idea que tienen de él, qué trabajos han leído o usado para sus investigaciones, etc. se podría hacer un trabajo desde el archivo, y verlo como un referente actual que tiene repercusión. Es un derrotero para las futuras investigaciones, tener acceso a parte de sus trabajos de investigación sería muy importante.
- Los entrevistados hicieron hincapié en que una cuestión importante para que se haya preservado el archivo de Franklin Pease fue que la familia haya vivido siempre en la misma casa; el archivo incluye correspondencia, archivos familiares previos, además de su trabajo como profesor de historia de la Universidad Católica, de la Universidad Nacional de Cusco, etc. Sería importante y relevante para la sociedad conocer que hay detrás de todo su trabajo de investigación, de cómo investigaba, conocer al historiador en la parte humana. Igualmente se indicó que Franklin Pease tiene una gran repercusión en la sociedad, en realidad es conocerlo no solamente desde las ciencias sociales sino también desde su lado humano, desde las personas que giraron alrededor de él; que su conocimiento se abra hacia otro nicho de personas que no sean solo investigadores. Además, desde Franklin Pease qué otras personas se pueden conocer, incluso su propia esposa, el archivo de Franklin existe por ella en realidad; entonces esa figura es importante también rescatarla, y lo mismo con el archivo de Mariátegui: el archivo existe por su esposa Anna Chiappe.

## Anexo 7: Resumen de la subcategoría público objetivo-Guía de entrevista

Pregunta	Frasas codificadas	Recopilación de resultados
9. ¿Qué perfil pueden tener los usuarios investigadores que acuden a archivos personales?	<p>Experto 1: “Bueno yo creo que los investigadores que acuden a un archivo tienen distintos perfiles e intereses, se ha avanzado muchísimo en facilitarle al investigador el trabajo de sus manuscritos.”</p> <p>Experto 2: “En realidad, depende del archivo al que se esté investigando, podría ser público de humanidades y ciencias sociales que son los que estudian.”</p> <p>Experto 3: “Un usuario tendría que ser ordenado, honesto con respecto a la información que recopila.”</p>	<p>Los entrevistados expusieron que los investigadores que acuden a un archivo presentan distintos perfiles e intereses, y principalmente han sido historiadores interesados en la obra de Franklin Pease.</p> <p>Va a depender del tipo de archivo que se custodie o se esté investigando, así tenemos si son archivos de escritores por lo general será público de humanidades o si son archivos de historiadores, público de ciencias sociales, que los estudian más como fuente primaria que cómo un fondo en sí. Por otra parte, el usuario también tendrá que ser ordenado, respetar y ser honesto con respecto a la información que recopila, no tergiversando la información.</p>
10. Según su opinión ¿Cuáles podrían ser los intereses de información de los usuarios de archivos personales?	<p>Experto 1: “Por lo general, son temas de investigación, hay una transversalidad de los intereses, Sí diría que son diversos, pero por lo general, son de investigación o algunos de curiosidad, históricos.”</p> <p>Experto 2: “El usuario asistirá a un archivo a consultar colección personal, dependiendo del tipo de información o de la línea de investigación.”</p> <p>Experto 3: “Los usuarios buscan que los documentos estén disponibles en tiempo real.”</p>	<p>Los entrevistados manifestaron que hay una transversalidad de interés, por ejemplo, en el caso del público de arte o de ciencias sociales sus enfoques de investigación son totalmente distintos. A otros usuarios por ejemplo solo les interesa conocer al archivo en sí o al personaje, a veces son consultas sobre dudas personales o curiosidades que no necesariamente son de investigación.</p> <p>Igualmente, un segundo entrevistado manifestó que el usuario acudirá a consultar una colección dependiendo del tipo de archivo o de las líneas de investigación a realizar. Finalmente, la última entrevistada señaló que en el caso de Franklin Pease, como historiadora revisar y analizar los documentos que me proporcione su archivo sobre historia andina: los incas, sociedad andina, crónicas, cartas personales, etc.</p> <p>Los entrevistados enunciaron que actualmente con la digitalización las instituciones pueden ofrecer diversos servicios en tiempo real a los ciudadanos que buscan acceder a documentos de archivos personales, puesto que lo que buscan es que sea de descarga gratuita, que la descripción del documento sea la óptima y la visibilidad del sitio web capte el interés de los usuarios.</p>
11. En el contexto actual, ¿Qué nuevos intereses tienen los usuarios virtuales en los archivos personales?	<p>Experto 1: “Los usuarios buscan que los documentos estén disponibles en tiempo real.”</p> <p>Experto 2: “En realidad, lo que están buscando es que sea de descarga gratuita, que el documento este bien descrito, luego está la visibilidad.”</p> <p>Experto 3: “Referidos a tipos de investigación o al acceso, el hecho de que los documentos estén más accesible vía remota.”</p>	<p>Los usuarios también requieren que la información sea lo más actualizada, que sus consultas sean absueltas de forma rápida e inmediata. Además, si no existen procesos de digitalización del archivo, esperan al menos disponer de un inventario o una guía de recursos para para conocer con qué información y documentación cuenta el archivo</p> <p>Al mismo tiempo, los intereses virtuales están referidos en relación con el tipo de investigación o al acceso; lo que implica que los documentos estén disponibles y/o accesibles vías remota, es decir, consultarlos de manera directa o acceder a los inventarios.</p>

12. ¿Qué sector de ciudadanos podría interesarse en los archivos personales?	<p>Experto 1: “Hay mucha gente que se puede interesar.”</p> <p>Experto 2: “El sector principal siempre van a ser los investigadores, es un público bastante amplio, a veces también hay por ejemplo el área educativa que son jóvenes, escolares.”</p> <p>Experto 3: “Creo que cualquiera, no necesariamente un historiador, antropólogo, un ciudadano de a pie que le guste investigar y escribir algo.”</p>	<p>Los entrevistados indicaron que el sector principal, indistintamente del área que están investigando, son los investigadores; sin embargo, el público es muy amplio y diverso, incluye a cualquier público que tenga interés en temas archivísticos. Por ejemplo, un sector podría ser el área educativa: escolares, jóvenes, universitarios, investigadores, etc.</p> <p>Siguiendo la línea anterior no hay un sector específico, no necesariamente un historiador o antropólogo; pueden ser ciudadanos que le guste investigar y escribir, consultar fuentes de primera mano.</p>
13. ¿Cómo se podría atraer a un nuevo público en los archivos personales?	<p>Experto 1: “Se debería contar con un archivero o también buscar un apoyo económico de instituciones y empresas.”</p> <p>Experto 2: “Valerte de las herramientas digitales para hacerlo más visible. En realidad, no vas a hacer atractivo el documento solamente pensando que lo tienes.”</p> <p>Experto 3: “Las instituciones deben tener un plan de marketing que permita la difusión masiva de sus fondos para que los usuarios puedan conocer, a través de catálogos, guías, redes sociales que documentos encontrar.”</p>	<p>Los entrevistados manifestaron que en primer lugar se debe contar con un archivero, buscar apoyo económico de instituciones y empresas que coadyuven al desarrollo de proyectos, así como a la organización y puesta en servicio de documentos de valor histórico, social y cultural.</p> <p>Igualmente, el disponer de herramientas digitales como redes sociales, visualizaciones de datos, mapas geográficos de líneas de tiempo vinculadas a los personajes y a las ciudades que frecuento para captar el interés del público y vincularlo a los documentos con los que cuente el archivo, recursos que sean visibles y con fuentes de información relevantes. Un punto crucial también es la política de difusión para conocer qué información presenta el archivo; por ello las instituciones deben contar con un plan de marketing que facilite la difusión a través de los catálogos con los que cuente y enlazarlo con las redes sociales, pues son las que actualmente tienen más llegada a todos, es una buena estrategia para atraer nuevo público al archivo.</p>



## Anexo 8: Resumen de la subcategoría Estrategias de difusión-Guía de entrevista

Pregunta	Frases codificadas	Recopilación de resultados
14. ¿Por qué el marketing puede ayudar a la difusión de un archivo personal?	<p>Experto 1: “Yo prefiero usar la palabra comunicación, yo por ejemplo difundo todo el tiempo en internet lo que tengo acceso.”</p> <p>Experto 2: “Impulsa muchísimo en su difusión y visualización, así inicies con lo más básico, de ahí poco a poco empiezas a desarrollarte en otras áreas.”</p> <p>Experto 3: “Es que lo da a conocer de una manera integral, de tal manera que permita que todas las personas interesadas o no interesadas conozcan la existencia de archivos personales.”</p>	<p>Los entrevistados señalaron que el marketing ayuda a la difusión cultural de los archivos, por medio de este se puede comunicar, difundir en internet, así se comience por lo más básico. Asimismo, contribuye a su visibilidad e impacta en todas las otras áreas del archivo, con lo cual en un futuro se podría participar en proyectos para obtener fondos. Asimismo, por medio del uso de las redes sociales se comunica sobre los archivos personales de forma integral para todos aquellos ciudadanos interesados, puesto que si se desconoce de su existencia no va a tener la importancia o valor para la sociedad.</p>
15. ¿Qué estrategias de difusión se pueden considerar para los archivos personales?	<p>Experto 1: “Es muy importante la responsabilidad de la familia.”</p> <p>Experto 2: “Primero tienes que buscar en el archivo cuáles son las piezas principales, qué objetos documentales se manejan que sabes que te pueden generar engagement.”</p> <p>Experto 3: “Otro aspecto importante son las visitas, cómo llegar no solamente a un público adulto o estudiantes, sino a otro tipo de público como los niños, la visita de escolares.”</p>	<p>Los entrevistados manifestaron que es importante el rol de la familia en la conservación y preservación de archivos personales, puesto que de esta forma se lograría una estrategia de difusión de manera oral para conocer al personaje del archivo.</p> <p>En ese sentido, se mencionó la relevancia de identificar en el archivo documentos que tienen gran valor documental que puedan generar acercamiento al archivo por parte de los usuarios, captando así su interés. Igual de indispensable el realizar un inventario de este y descripción adecuada (captions) como estrategia de imagen. Asimismo, otra estrategia a considerar pueden ser las visitas guiadas y exposiciones de forma presencial o virtual para niños, estudiantes, universitarios, etc.</p>
16. ¿Qué acciones concretas de difusión se puedan considerar para el archivo personal de Franklin Pease u otros archivos de interés público?	<p>Experto 1: “Por el tipo de archivo personal particular que custodio, tengo que tomar la decisión concreta de pasarlo o a la Biblioteca Nacional del Perú o al Museo Nacional de Arqueología Antropología e Historia del Perú.”</p> <p>Experto 2: “A partir de lo que manejas, utilizas unos highlights (Lo más destacado) que pueden ser cómo se cuentan los documentos, se puede tener algunos documentos dentro de Franklin Pease que son netamente sobre historia.”</p> <p>Experto 3: “Publicar un catálogo digital para saber qué es lo que tiene la colección.”</p>	<p>Uno de los entrevistados, la viuda de Franklin Pease, expresó que se debe evaluar y tomar una decisión concreta para realizar la transferencia del archivo personal de Franklin Pease.</p> <p>Por otra parte, el siguiente entrevistado señaló que tener y utilizar highlights (Historias destacadas) dentro de lo hay en el archivo: documentos relacionados directamente sobre temas de historia o definir los más relevantes con los cuales se puede realizar una segmentación con la documentación.</p> <p>Finalmente, se enfatizó en la publicación de un catálogo digital de la colección como una acción concreta de difusión, posteriormente al ya saber qué documentos existen dentro del archivo se puede realizar una digitalización de aquellos documentos que podría ser accesibles para los usuarios.</p>

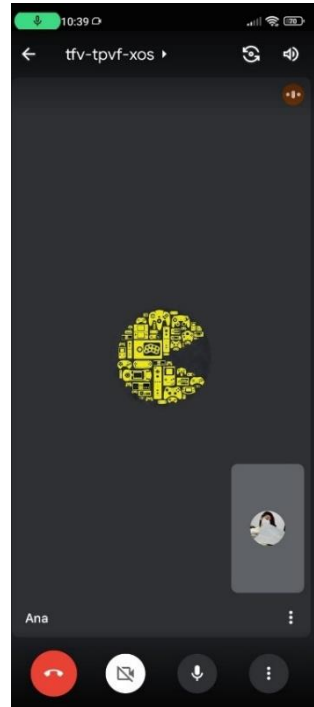
<p>17. Según su opinión ¿Por qué las redes sociales son importantes para promocionar un archivo personal?</p>	<p>Experto 1: “Han aligerado muchísimo la capacidad de comunicación.”</p> <p>Experto 2: “Por la llegada. Sí son importantes, pero también hay que ver con cuál trabajar, cuál conviene más o saber qué es lo que se va a colocar en cada una. Hay instituciones más grandes que manejan más redes sociales o pueden hacer podcast o utilizar Spotify.”</p> <p>Experto 3: “Las redes sociales te permiten globalizar tu institución, te ayuda mucho con la difusión del material si es que publicas el catálogo; los investigadores van a interesarse en la documentación.”</p>	<p>Los entrevistados hicieron hincapié en que las redes sociales sí son importantes, puesto que hoy por hoy han dinamizado la capacidad de comunicación, tienen más llegada y alcance a todo público de distintas edades, nacionalidades por lo que es una oportunidad para que el archivo se abra hacia un público más global.</p> <p>Otro punto es evaluar qué red social es conveniente emplear según el objetivo a lograr de la institución: Facebook, TikTok, Instagram, Twitter Podcast, Youtube, Spotify, etc.</p>
<p>18. ¿Cómo el marketing digital contribuye a la difusión de los archivos personales?</p>	<p>Experto 1: “El marketing digital aporta a los archivos en dinamizarlos, en su visibilidad hacia la sociedad.”</p> <p>Experto 2: “Sí contribuye o cómo contribuye es eso, que la gente sepa que existe, que lo conozca, que al menos tenga la curiosidad de preguntar.”</p> <p>Experto 3: “Considero que el marketing digital no es solamente la elaboración de un catálogo digital sino también es un planteamiento de estrategia de difusión.”</p>	<p>Los entrevistados manifestaron que el marketing digital facilita la comunicación y dinamización de los archivos. Además, porque se puede generar engagement entre el archivo y el público interesado, lo que repercute en su visibilidad: que sepan de su existencia, que conozcan al personaje o despertar la curiosidad por el archivo de Franklin Pease.</p> <p>En esta perspectiva, el marketing digital no se limita a elaborar un catálogo digital, sino que ofrece un abanico de posibilidades para formular estrategias de difusión: presentación del archivo, carta de servicios, documentos relevantes que capte la atención del público.</p>
<p>19. ¿Qué medios o canales digitales se podrían tener en cuenta para difundir un archivo personal?</p>	<p>Experto 1: “Pienso que son los académicos. Los archivos no solo son documentos, también hay archivos sonoro digital”</p> <p>Experto 2: “Puedes empezar por redes, depende de cuál se utilices. Otros canales: Youtube, Vimeo, correo.”</p> <p>Experto 3: “Aparte del Facebook, habría que evaluar tiene más llegada al público”</p>	<p>Los entrevistados expusieron que los medios de difusión en su mayoría son las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok, etc. dependiendo de que objetivo se quiere lograr, qué red se utilice, a qué público nos dirigimos principalmente. También están los canales: Youtube, Vimeo, página web, dirección de correo electrónico, etc.</p> <p>En esta perspectiva, también se debe tener en cuenta a los académicos, es decir, todos aquellos investigadores o usuarios que ya conocen de archivos personales, y ayudan a difundir académicamente en otros espacios</p>
<p>20. ¿Qué se debe tener en cuenta para poner a disposición un archivo personal en una plataforma digital con respecto a la organización de contenidos?</p>	<p>Experto 1: “Tiene que estar debidamente clasificado, que sea de libre acceso a la información y cuente con un sitio web para el público.”</p> <p>Experto 2: “Sería bueno tener un gestor de archivos: Atom, Collective Access. Varios archivos utilizan Wordpress como una opción. Hay plataformas como Flickr o ArcGis, el primero sirve para archivos fotográficos, y el segundo para la geolocalización de documentos con líneas de tiempo.”</p> <p>Experto 3: “Hay que preparar un guion, y ver qué cosa es lo que vas a mostrar, lo que se va a resaltar.”</p>	<p>Los entrevistados expusieron que en primer lugar debe estar adecuadamente organizados y clasificados, ser de libre acceso, pero en todo este proceso se requieren medios económicos y humanos.</p> <p>Otro punto importante, es la elaboración de un guion del paso a paso sobre qué información o documentos se va a mostrar al público interesado en el archivo: escrita, de contenido, gráfica. Por último, disponer de un gestor de archivos de software libre como Atom, Collective Access; aun así, algunos archivos utilizan Wordpress, puesto que no cuenta con los medios económicos para contar con un desarrollador. Otras herramientas son Flickr que sirve para estructurar colecciones</p>

o ArcGis para la información geográfica de documentos como mapas impresos, interactivos, etc.

---

*Fuente.* Elaboración propia

**Anexo 9: Evidencias de la investigación (Fotos, comunicación)**



---

**Ingrese Zoom a la reunión de Zoom**

4 mensajes

**Sonia Berrocal Q** <soniaberrocalquijhua@gmail.com>  
 Para: Mariana Mould de Pease <curacafpgy@gmail.com>

30 de junio de 2022, 10:00

Buenos días:  
 Le envío el link de la reunión de zoom. Gracias.

Unirse a la reunión Zoom  
<https://zoom.us/j/8385320322?pwd=TFdVbnM4bDVnQ0FVdjI5M0I3bzhwUT09>

ID de reunión: 838 532 0322  
 Código de acceso: ugXF3a

---

**Mariana Mould de Pease** <curacafpgy@gmail.com>  
 Para: Sonia Berrocal Q <soniaberrocalquijhua@gmail.com>

1 de julio de 2022, 15:55

Sonia, un saludo al felicitarte por tu trabajo de tesis y enviarte la prometida información.  
 cordialmente,  
 Mariana Mould de Pease

---

**Dorita** <jurista1962@yahoo.com>  
 Para: Sonia Berrocal Q <soniaberrocalquijhua@gmail.com>

31 de mayo de 2022, 10:55

Hola Sonia

Sería por la tarde. El jueves 2 te confirmo la hora.

Saludos

Prof. Dora  
 [El texto citado está oculto]

---

**Sonia Berrocal Q** <soniaberrocalquijhua@gmail.com>  
 Para: Dorita <jurista1962@yahoo.com>

3 de junio de 2022, 9:00

GRACIAS!

---

**Reunión**

1 mensaje

**Sonia Berrocal Q** <soniaberrocalquijhua@gmail.com> 30 de mayo de 2022, 10:00  
 Para: Ana Torres Terrones

Buenos días, Ana te envío por el link de la reunión:

[meet.google.com/bmr-owja-vhb](https://meet.google.com/bmr-owja-vhb)

--

Atte,  
 Sonia Berrocal