

# LOS ARCHIVOS, UN LUGAR PARA DESCUBRIR. EXPERIENCIAS DE DINAMIZACIÓN CULTURAL

Julio Cerdá Díaz

Director del Archivo de Arganda del Rey y profesor asociado del Departamento de Biblioteconomía de la Universidad de Alcalá (Madrid)

*En las últimas semanas he visto el mayor cambio en mucho tiempo. Pusieron una fotografía de papel delante de una niña de tres años. Para verla mejor, dio un pellizco en ella, como si fuera una pantalla, pero se dio cuenta de que no tenía efecto sobre el papel. Esa niña hablará diferente, se comunicará de otra manera. Es todo un mundo nuevo*

Nicholas Negroponte. Diario "El País", 4 de noviembre de 2010

*"En la matemática existencial el grado de velocidad es directamente proporcional a la intensidad del olvido"*

Milan Kundera. "La lentitud"

## 1.- El contexto. Documentos, patrimonio y sociedad digital

El acto de creación más genuino de un gestor de la memoria consiste en asignar sentido, y también una dirección, al patrimonio que le ha sido confiado. Importante matiz, ya no custodiamos, ahora administramos, conservamos y además conversamos. Hemos pasado del monólogo al diálogo, queremos hacernos entender por la sociedad, intentamos dar servicio, no sólo acceso. Existe un sentir general, casi una necesidad, por desembalar el patrimonio, queda atrás la época en la que el único medio de comunicación con la sociedad eran los instrumentos de descripción y sus indescifrables catálogos. Un proceso de socialización donde será clave, más que los recursos, un cambio de actitud, incorporando a nuestro lenguaje tres conceptos que deberían ser habilidades naturales del ejercicio profesional: capacidad de adaptación, capacidad de comunicación y capacidad de innovación.

Hasta no hace mucho tiempo, antes de la aparición de este mundo paralelo que ha surgido de internet, era relativamente sencillo atender a los investigadores o programar actividades de difusión cultural. Todo estaba bajo control por lo limitado de nuestro territorio, una oferta de servicios que era bien conocida por los escasos y bien identificados usuarios. Ahora nada es igual, la sociedad digital ha generado nuevas formas de ocio, de trabajo y de relación social. Los archivos estamos obligados a crear y producir contenidos utilizando otros lenguajes, abriendo nuevos espacios para fomentar la participación de los ciudadanos. Cambia el vehículo, los canales de comunicación, pero nos mueve la misma energía de siempre, la de hacer accesibles los documentos. Bien es cierto que aún estamos en un momento embrionario de propuestas innovadoras, son demasiados años utilizando otras formas de expresión.

Vivimos en la era de los espejos e internet es el gran espejo del mundo. Con el universo web se ha creado un nuevo modelo de acceso y distribución de la información, con una característica, el protagonismo de los ciudadanos, tanto por el lugar central que ocupan como por la transformación de los procesos de búsqueda y uso de la información. Los archivos se han convertido en un “no lugar”, un espacio de tránsito y de consumo compulsivo de búsqueda de información, o bien un par de líneas entre los cientos de resultados de un buscador. Una revolución que ha impactado en la línea de flotación de los servicios que tradicionalmente nos hemos ocupado de la gestión de recursos documentales.

Es un impacto que no tiene que ser negativo, todo lo contrario. Las crisis son una oportunidad para crecer y mejorar, agudizan el ingenio, nos obligan a pasar a la acción, reinterpretando el trabajo que hemos realizado durante siglos, con la ventaja añadida que nunca hemos tenido al alcance tal abanico de posibilidades. Hay que cumplir un requisito, el deseo constante por aprender y construir sobre lo aprendido, y en particular por conocer en profundidad las nuevas herramientas de difusión. En un entorno tan cambiante el único itinerario posible es el del aprendizaje, solo así podremos seguir siendo el mejor motor de búsqueda de nuestras organizaciones.

Un archivero no debe ser educador, ni comunicador, ni tecnólogo, ni tampoco historiador, conservador o jurista, tiene que ser mucho más que todo eso, un poco de cada una de ellos, y al menos vocacionalmente intentar atrapar de esas disciplinas lo que en cada momento necesitamos o nos interesa. Los principales actores de este apasionante proceso de cambio somos las personas, antes incluso que los sistemas. La tecnología evoluciona y las personas no podemos ser siempre las mismas. La pregunta recurrente sería ¿qué sabemos hacer? ¿qué podemos aportar?, y convertirla en ¿qué deberíamos saber? ¿qué deberíamos aportar?, y a partir de ahí trazar cada uno su diario de viaje.

Todos tenemos la sensación que la tecnología se ha adelantado con creces al desarrollo de la profesión y de los propios servicios. El crecimiento tecnológico camina más aceleradamente que las técnicas y condiciones de trabajo, es imposible seguir ese ritmo, aunque tampoco es demasiado comprensible que, en una percepción de conjunto, la realidad de los centros no dista demasiado del horizonte de hace diez o quince años. El mundo profesional esté pasando de un estado de expectación a otro de ansiedad o incluso de escepticismo, cuando no de un peligroso victimismo. No debe ser así, la gestión inteligente del pasado tiene un enorme futuro, y para romper con esa dinámica el primer impulso siempre viene de una actitud positiva, de la búsqueda constante del modo de mejorar, la motivación es la llave que nos va a conducir a estrategias de éxito.

## 2.- Los objetivos. Acciones culturales desde el archivo

Difundir, comunicar y dinamizar son conceptos relacionados pero con matices distintos, según la intensidad y ambición de la propuesta:

- **Difundir** es dar a conocer los fondos o recursos de un servicio. Aquí entrarían las actividades culturales más convencionales con un sentido marcadamente informativo. Las más habituales son las publicaciones impresas o determinadas exposiciones documentales.
- **Comunicar** plantea objetivos más ambiciosos. Son acciones que buscan una reacción de sus destinatarios, son actividades formativas que ponen el acento en crear situaciones que favorezcan el aprendizaje activo, crítico y reflexivo. El formato más frecuente es el de talleres o exposiciones documentales que fomenten la indagación y el sentido deductivo.
- **Dinamizar** implica dar un paso más, la palabra lo define bien "*imprimir rapidez e intensidad a un proceso*". Va acompañada de los términos diálogo, intercambio y conexión. Busca introducir el archivo, casi concebido como una plataforma de reflexión, en el espacio de los usuarios. Se intenta activar la participación como primer objetivo, colaborando si es necesario con otras áreas y disciplinas. Son actividades transversales que pueden desarrollarse incluso en espacios complementarios a los del propio archivo. Es el caso de las juegos de pistas o las recreaciones y escenificaciones históricas también llamadas "*living history*".

En cualquiera de las tres definiciones encontrarnos las siguientes acciones: conocer, comprender, valorar, sensibilizar. Y lo más importante, la meta de todo proyecto cultural, la reflexión, el compromiso, la puesta en valor del patrimonio. Mucho mejor si intentamos que sea un potente recurso educativo, un medio de transmisión de valores y actitudes, y dirigido especialmente a los colectivos que por sus condicionantes formativos o culturales no van a tener acceso fácil a los fondos del archivo. Además de otra consideración que es imprescindible reconocer, las acciones culturales pueden ser mucho más que un soporte de información o comunicación. La cultura también es una poderosa herramienta de marketing que va a ayudar a desterrar la tradicional opacidad de los archivos, se van a hacer más visibles, más presentes y como es lógico, si son mejor conocidos y comprendidos serán mucho mejor valorados. La experiencia nos dice que toda inversión en acciones culturales, cuando son bien

aceptadas por el público, tiene un retorno directo y tangible sobre el servicio, y es fácil que sean el germen de futuras inversiones.

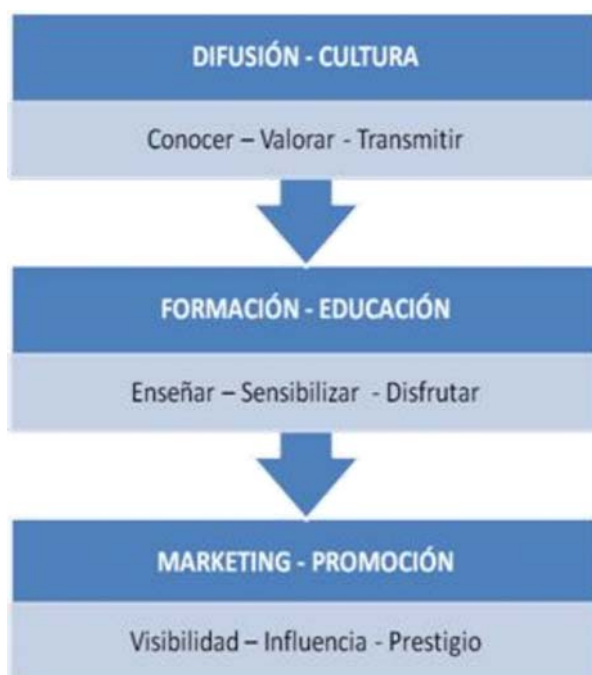


Figura 1. Objetivos de la acción cultural

La meta es dejar las puertas abiertas a cualquier propuesta colaborativa y participativa, con el objetivo final de integrar por todos los canales disponibles al servicio de archivo en la comunidad. Entre esas acciones habrá que incorporar estrategias pensadas para las redes sociales que con tanta fuerza han surgido de la web 2.0., en España los líderes son Facebook y Tuenti, si allí están los usuarios allí tendremos que estar nosotros. Para un archivo la presencia en las redes sociales tiene el mismo carácter de una embajada o delegación, o de una segunda residencia, el verdadero poder sigue estando en nuestro espacio territorial que es el fondo documental del archivo. No pretende sustituir a los sitios web, sólo atraer e incentivar la interacción con los usuarios, la visibilidad de los centros y la creación de redes de intereses comunes.

Dejando claro que este tipo de estrategias sólo van a ser un canal de dinamización más, en ningún momento se habla de reemplazar o sustituir a los métodos tradicionales de difusión. No se va a producir la desaparición de las visitas tradicionales, de los materiales impresos o los talleres didácticos. Es por ejemplo la misma situación que se está dando con los medios de comunicación prensa digital, todos los periódicos y televisiones tienen su extensión y complemento en una edición digital, y últimamente también en las redes sociales. Aunque la tendencia está clara, la tecnología ha llegado para quedarse, no hay camino de retorno, estamos obligados a ser y estar en la nueva sociedad digital, compartiendo espacio con los ciudadanos.

Después del necesario ejercicio de reflexión hay que pasar a la acción, primero es la práctica y luego la teoría. Pasamos del “observar” como punto de partida al “hacer” como requisito imprescindible. Ese primer viaje iniciático casi siempre será con pocos medios y mucho ingenio. El conocido método ensayo-error es la única vía para encontrar la mejor opción, y si surgiera el fracaso será relativo ya que se genera valor en esa praxis. En un terreno tan incierto como el de la difusión, tan sujeto a las características del entorno social y político, o a la presencia de otras ofertas culturales, no es posible proponer fórmulas con la pretensión de que sean universales. Cualquier propuesta siempre se tendrá que adaptar a la medida de cada necesidad, incluso no es extraño que una determinada actuación puede ser un éxito en un lugar y pasar desapercibido en otro. Y una máxima: en el mundo de la acción cultural no hay límites, hay que ser creativos, no seguir ningún modelo puede ser el mejor modelo, huir de lo previsible es una de las primeras normas de la comunicación.

Sin ánimo de ser exhaustivos podemos definir algunas claves para construir ese itinerario de puertas abiertas:

1.- Actividades que promuevan valores positivos hacia el sentido y servicio del patrimonio documental y los procesos que intervienen en la construcción de la memoria

2.- Acciones que difundan una imagen innovadora, actual y próxima del archivo, cercana a los intereses del ciudadano. El escenario ha cambiado, además de usuarios debemos aspirar a tener público, dos realidades muy distintas. Es esencial observar con atención, especialmente a los sectores de población más joven. Saber cómo piensan, descubrir lo que quieren, sus intereses y, en la medida de nuestras posibilidades, ofrecérselo. Hay que pensar en sus necesidades pero las necesidades reales, no las que pensamos que tienen.

3.- Tareas que contribuyan a generar dinámicas de participación de asociaciones, colectivos sociales y centros docentes. El objetivo es que se sientan partícipes e identificados con el servicio de archivo, y también, naturalmente, aprender de ellos. El archivo es primero de la personas antes que de las instituciones.

4.- Trabajar en red. Las actuales plataformas virtuales permiten la creación de equipos que puedan compartir ideas, inquietudes y propuestas. Los archiveros somos una profesión de solistas, de buenos solistas, pero es imprescindible apostar por el trabajo colaborativo, que propicie al mismo tiempo aprender y enseñar, y sentar las bases para la creación de proyectos con capacidad real de influencia.

5.- El patrimonio documental ha dejado de medirse en metros lineales. La unidad de medida es su capacidad de comunicación, su oferta de contenidos relevantes y fácilmente accesibles. Del mismo modo que la acumulación de saber no equivale a conocimiento, la acumulación documental no significa mejor servicio. Desde pequeños centros se pueden realizar grandes proyectos, el marco ideal es el de un archivo donde encontremos el mejor equilibrio entre volumen de gestión y recursos.

El archivo, como servicio que puede proporcionar una información con contenido propio, singular, del entorno más cercano, tiene un enorme potencial para ser bien aceptado. En el mundo digital, la singularidad de los archivos es la gran ventaja respecto a otros servicios como las bibliotecas, donde es inevitable ofrecer las mismas colecciones electrónicas, los mismos libros, revistas o periódicos. El valor y carácter único de los documentos será un bien tangible siempre que sepamos adaptar su acceso a uno de los signos de nuestro tiempo: la reivindicación de la simplicidad y la inmediatez. No hay nada peor que ofrecer un recurso y luego encontrarse con un proceso complicado y que consuma mucho tiempo. El acceso a la información debe ser breve, conciso, intuitivo, rápido y, sobre todo, tolerante a los errores. Tenemos que reinventar o reinterpretar los canales de comunicación, con frecuencia no van a ser bien entendidos, y si no son fáciles de usar, buscarán lo que les ofrezca menos resistencia y más alternativas, y casi siempre va a ser un recurso web que van a localizar a través del omnipresente y comprensivo Google, del popular Youtube, con un billón de suscripciones, o Scribd que se ha convertido en el Youtube de los documentos, con 10 millones de textos y 50 millones de usuarios al mes.

Unas cifras mareantes, pero que deben hacernos reflexionar para ir un paso por delante, anticiparnos a lo que viene o a lo que está ya sucediendo. Esa es la utilidad de los instrumentos prospectivos, la creación de escenarios de futuro que nos ayuden a prever futuros posibles, a preparar el uso de nuestros recursos hacia las acciones que tendrán mayor impacto y aportarán mayor valor a los usuarios. Hay indicios preocupantes como es el significativo descenso de los usuarios en visitas a las webs y consultas en OPAC de las bibliotecas universitarias españolas que ha publicado recientemente REBIUN y que es una realidad que se extiende a otras bibliotecas (N. González-Fernández Villavicencio, 2010). ¿Y en archivos?, no existen estadísticas similares, o al menos no se han hecho públicas, pero es de incautos pensar que esa tendencia no es común a todos los servicios de información tradicionales. Sin dejar de hablar de los temas que tanto ocupan y preocupan a la profesión (normalización, preservación, evaluación, e-administración, etc.), no estaría de más reflexionar en profundidad sobre las expectativas de futuro de los archivos y de las expectativas que tendrán los futuros usuarios sobre los servicios de archivo.

### **3.- El método. Planificar y programar antes de actuar**

Poner en marcha un programa de actuación va más allá de la simple organización de un conjunto de actividades. Sin objetivos, sin una estrategia definida no podremos acotar el lugar que podemos y tenemos que ocupar. Si no sabemos quiénes somos tampoco podremos saber a dónde podemos dirigirnos, por exceso o por defecto, y siempre teniendo como compañero de viaje una gran dosis de determinación, entusiasmo y paciencia.

Tomando como punto de partida el análisis previo del contexto social, cultural y económico donde se encuentra el archivo, la hoja de ruta debe contemplar la identificación de los objetivos, el tipo de público al que va dirigido y una valoración de los recursos documentales y económicos de los que se dispone. Posteriormente, se inicia un proceso común a todo proyecto creativo: análisis y valoración de los contenidos, elaboración del guión, producción, y concluir con la siempre imprescindible evaluación.

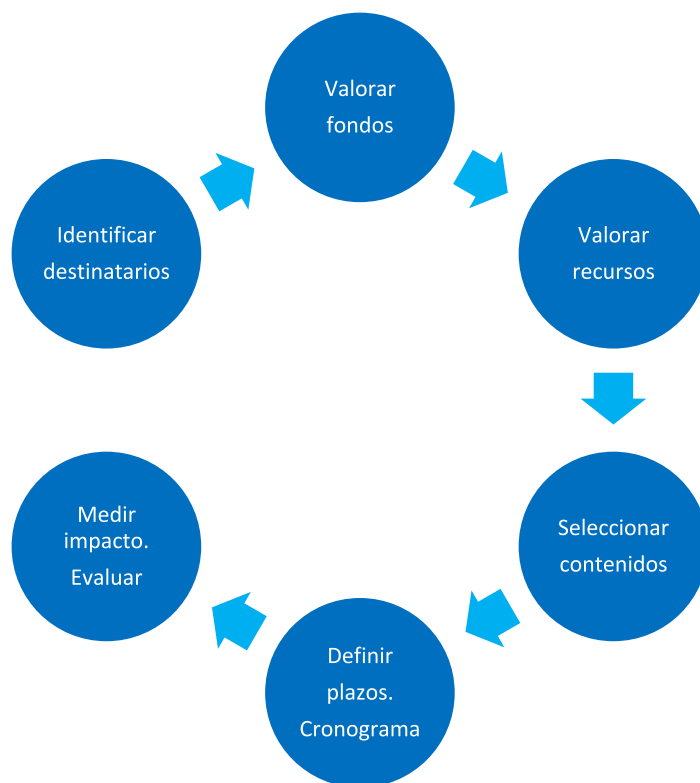


Figura 2. Metodología de una intervención cultural

### **Definición de objetivos**

**Misión.** Imagen que debería tener el servicio. Es la distancia entre el “ser” y el “deber ser”. ¿Por qué tipo de archivo apostamos?, ¿por qué?, ¿para quiénes?, ¿en cuánto tiempo?.

**Valores.** Suelen estar relacionados con la construcción de la propia imagen, de la identidad de la institución y del territorio, lo que distingue a un espacio de otro, y se concreta en su cultura, la estrategia habitual de sus acciones culturales y sus atributos más significativos (historia, actividad principal, etc...)

### **Valoración de los recursos**

- ¿Cuántos trabajadores hay en el servicio?
- ¿Tienen la suficiente preparación y experiencia?
- ¿Están convencidos de la necesidad de este tipo de actuaciones?
- ¿Cuál fue la última actividad programada?
- ¿Cuenta con una partida presupuestaria propia?
- ¿Es posible la externalización total o parcial de ese servicio?
- ¿Cuenta con instalaciones adecuadas?

### **Valoración de los fondos**

- ¿Con qué fondos documentales cuenta el archivo?. ¿Cuáles son sus fechas extremas?
- ¿Existen fondos con un valor singular?
- ¿Son suficientemente conocidos por los ciudadanos?

### **Identificación del público objetivo. Usos y usuarios**

Es fundamental el análisis de nuestro mercado. Quiénes son los usuarios habituales de las actividades del archivo y a qué usuarios queremos llegar, y segmentarlos, ya que van a surgir sectores sociales muy diferenciados.

- ¿Cuántos son?
- ¿A cuántos deseamos llegar?
- ¿Tienen un perfil definido?
- ¿Características culturales propias?
- ¿Rasgos personales / intereses?
- ¿Contactos anteriores con el centro?
- ¿Cuál es su postura ahora con relación al archivo?
- ¿Qué postura deseamos que adopten?



Cada perfil determinará la selección de las herramientas más adecuadas de difusión, los productos y acciones que vamos a proponer. Las actuaciones pueden cambiar, incluso ser diametralmente opuestas, según el momento o lo que se pretenda. Esa debe ser una de nuestras principales habilidades, la versatilidad, el saber interpretar la acción que mejor se adapta a cada público y a cada tiempo. El escenario ideal es no repetir actividades, reinterpretarlas o versionarlas continuamente, siempre tienen que parecer novedosas para ser atractivas.

#### **4.- Los documentos. Fórmulas de difusión y comunicación**

Los archivos, los documentos, en una actividad cultural actúan como “contenedores de conocimiento”, no dejan de ser un conjunto de momentos detenidos en el tiempo, que pueden albergar una historia personal, un suceso o las más insospechadas situaciones, por lo que a priori, cuenta con todos los elementos necesarios para que cualquier iniciativa de difusión pueda ser un éxito. Nos van a permitir interpretar y recrear cualquier acción cultural o de comunicación, siempre apuntando en tres direcciones: información, formación y conocimiento. La propuesta idónea es la que ofrece contenidos de actualidad, conecta con los intereses del público, fomenta la participación, forma en valores y tiene presente los objetivos formativos. En cualquier caso, la mejor intervención cultural es la que cumple sus objetivos, utiliza adecuadamente los recursos de los que dispone y sabe satisfacer las expectativas del público, ese es el único secreto.

En función del mensaje, idea o contenido que se pretende comunicar, hay que reconocer que los documentos por sí solos, aislados, proyectan una visión muy parcial, salvo contadas excepciones difícilmente pueden evocar el ambiente de una época, un suceso histórico o el carácter de un personaje. Ese es el principal obstáculo a salvar, los documentos textuales informan o testimonian pero no representan. Nacen como resultado de una actuación administrativa, un contenido jurídico de difícil comprensión para el gran público. En una exposición, taller didáctico o publicación de difusión apenas van a ser leídos, adquieren un nuevo rol, pasan de ser testimonios a ser representaciones, se transforman además en signos o imágenes, se convierten en un recurso más de comunicación. Si queremos que sean comprendidos tendrán que ser acompañados de otros recursos, como puede ser textos explicativos, elementos gráficos, objetos o cualquier otro matiz que ayude a darles vida, situando al texto en su contexto.

Es importante el uso de material visual. Una sola imagen puede llegar a retratar una época, expresar aquello para lo que las palabras se quedan cortas. Ese mismo efecto se multiplica con el documento audiovisual o con el documento sonoro. El distinto nivel de impacto también se puede aplicar a los documentos privados sobre los públicos, los impresos –por la facilidad de lectura- sobre los manuscritos, o la relevancia de los documentos gráficos como mapas y carteles. Todos en su conjunto nos deben ayudar a crear una propuesta coherente a la vez que sugerente, que además de representar determinada realidad estimule el pensamiento, que

nos invite a ir más allá de la acción de observar, que sea capaz de animarnos a descubrir y por tanto a comprender.

Si la actividad va dirigida a los más jóvenes, hay que sumar un ingrediente imprescindible, la diversión. Los archivos no tienen que ser aburridos. Es un modo de garantizar que sea bien aceptada desde el principio y que los alumnos participen. Jugar es un acto natural y nos ayuda a entender el mundo que nos rodea. El juego estimula la fantasía, la curiosidad y las habilidades sociales de los alumnos, y la educación se puede parecer a los juegos, siempre y cuando se establezcan muy claramente los objetivos didácticos. Son iniciativas que tienen como eje tres principios: aprender interactuando, aprender investigando y aprender compartiendo, ya que normalmente se hace un grupo.

También se conoce como “aprendizaje mediante el descubrimiento”, orientado a plantear interrogantes y solucionar problemas. Los alumnos adquieren conocimiento y al mismo tiempo asumen aptitudes para planificar, analizar resultados y reflexionar sobre los pasos que han dado. Se plantean preguntas, desarrollan la capacidad de examinar, o tienen que buscar la conexión entre la información que se les proporciona. Pueden adoptar la forma de talleres o de juegos de pistas, donde los alumnos adquieren el rol de investigador. Deben buscar una determinada información, consultando las referencias necesarias para su localización, aprendiendo en forma de juego los fundamentos de las técnicas de investigación.

Frente a las tradicionales intervenciones culturales que tenían una intención exclusivamente informativa, las actuales tendencias buscan poner el acento en la concepción formativa y en buscar la participación del visitante. El documento pasa de ser el único referente, un signo de prestigio destinado a la contemplación, a ser un recurso más de comunicación, que se suma a los medios gráficos, audiovisuales y a los emergentes medios virtuales.

La misma tendencia está presente en los montajes expositivos. El diseño de una exposición no deja de ser la proyección del tiempo en un espacio, pero ya no tiene como único sentido la exhibición pública de un conjunto de documentos. Ahora las imágenes, sonidos y documentos serán claves, pero también la creatividad y la imaginación, el empleo de lenguajes simbólicos, o el uso adecuado del color y la luz que nos va a permitir modular diferentes impactos y sensaciones entre el público. Hemos superado la época en la que era necesario explicarlo todo, ahora el público es mucho más receptivo a la sugerencia o a la metáfora más que a la información directa y evidente. La apuesta de futuro pasa por la divulgación, en su sentido más amplio. En hacer de la exposición un diario de viaje, una experiencia, donde sea protagonista la interactividad, la sorpresa y también el carácter lúdico. La acumulación de información, la excesiva cantidad de datos similares produce un efecto negativo, mientras que los juegos de metáforas, las referencias cruzadas, ayudan a mantener vivo el interés.

El modelo de éxito de una acción cultural es la que sabe acercar todo lo posible al público. Una comunicación que se puede alcanzar desde distintas propuestas, lenguajes y soportes:

1.- *Interacción.* Se trata de influir en el comportamiento de los visitantes mediante recursos que crean una interacción constante con el público. En la actualidad se puede ir mucho más allá del acceso a una pantalla o teclado de un ordenador. Suelen entrar en juego las nuevas posibilidades de los medios audiovisuales, algunos resultados son sorprendentes, generando acciones con el público que pasan a formar parte de la propia escenografía y ambientación.

2.- *Personalización.*- La adaptación de los contenidos a las necesidades de los usuarios es una tendencia cada vez más presente en los medios de comunicación, y también se está comenzando a aplicar por ejemplo en las exposiciones documentales diseñadas para la Red. Es una herramienta más de la Web 2.0., el usuario define una selección de contenidos a partir de un amplio abanico de posibilidades.

3.- *Participación.*- Una forma de comprometer e implicar al público es hacerle partícipe de las propuestas del archivo. Es imprescindible contar con elementos que muevan a la participación y las aportaciones del público. Se puede tratar de un espacio específico para recoger sus opiniones o reflexiones (los conocidos “*feedback*” de las exposiciones), o directamente la aportación de contenidos, como por ejemplo la sección “Your archives” del Archivo Nacional Británico.

4.- *Virtualización.*- Virtualidad y realidad parten de conceptos totalmente distintos pero cumplen con el mismo objetivo de difundir el patrimonio documental. El acceso virtual cuenta con un indudable valor añadido como es la interactividad, la posibilidad casi ilimitada de utilizar y ofrecer todo tipo de recursos, constante actualización, y lo más importante, el archivo siempre está abierto y desde cualquier lugar. Es el mejor modo de dar acceso global al conocimiento local.

Dentro de esta misma estrategia de aproximación y diálogo con usuarios y público habría que incluir la presencia activa en las redes sociales como Facebook o Twitter, subir fotos o vídeos a Flickr y Youtube, suscribir la web del archivo a contenidos generados por terceros, las conocidas RSS, o contar con un blog corporativo donde se admitan comentarios de los usuarios, un eficaz medio de comunicación que es complementario a las webs institucionales.

No podemos dar la espalda a los momentos de cambio que estamos viviendo. El secreto del éxito está en ofertar contenidos de calidad, en no dejar de aprender, construir sobre lo aprendido y seguir avanzando. Estamos aún en una época de exploración, de incertidumbres, en la edad media de la sociedad digital, una realidad que pide ajustes y cambios de prioridades, no tengamos temor a intentarlo, el que no ha fracasado es porque nunca ha intentado algo nuevo.

## BIBLIOGRAFÍA

ALBERCH i FUGUERAS, R. (2001). "Archivos, memoria y conocimiento". Archivos y cultura: manual de dinamización. Gijón: Trea, p. 13-26.

ALBERCH i FUGUERAS, R. (2003). "La dinamización cultural en el archivo, un reto de futuro". Aprender y enseñar con el archivo. Séptimas Jornadas Archivísticas de Huelva. Huelva: Diputación, . 127-135.

ALBERCH i FUGUERAS, R.; BOADAS i RASET, J. (1991) La función cultural de los archivos. Bergara: IRARGI.

CALAF MASACHS, R. (2009). Didáctica del patrimonio. Epistemología, metodología y estudio de casos. Gijón: Ediciones Trea.

CERDÁ DÍAZ, J (2000). "Los espacios de la memoria. Claves para aprender desde el Archivo". En: Estrategias para enseñar a usar la información. Murcia: Editorial KR, p. 133-168.

CERDA DIAZ, J. (2010). "¿Juegas?. Enigmas y juegos de pistas en archivos". En: Archivamos. Boletín de ACAL, 76, p. 25-32.

CERDA DIAZ, J. (2010). "Las exposiciones documentales. Objetivos, técnicas y tendencias". En: Manual de exposiciones documentales. Salamanca: ACAL.

GARCÍA ANDRÉS, J.; FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, M.J.(1998). "Archivos y educación: otras experiencias". En: Boletín de ACAL, 30, p. 18-24.

GONZALEZ DUQUE, L.; MARTÍN HERNANDEZ, U.(1995). Los archivos en la enseñanza de la Historia. La Laguna: Ayuntamiento.

GONZALEZ-FERNANDEZ VILLAVICENCIO, N (2010). "[¿Por qué baja el número de visitas a los catálogos y webs de las bibliotecas?](http://www.nievesglez.com/2010/09/por-que-baja-el-numero-de-visitas-los.html)". En "Bibliotecarios 2.0.". <http://www.nievesglez.com/2010/09/por-que-baja-el-numero-de-visitas-los.html>  
[Consulta: 4 de noviembre de 2010]

GRUPO FAHESIAN (1996). El archivo. Un centro vivo y abierto a la actividad escolar, propuesta didáctica. Toledo: Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

HERNANDEZ OLIVERA, L.(1998). "De profesores a alumnos: la perspectiva educativa de los archivos".- En: XII Jornadas de Archivos Municipales. Coslada, 21-22 de mayo de 1998.- Madrid: Consejería de Educación y Cultura, , p. 143-156.

ITURRATE COLOMER, G. (1998). "La función pedagógica del archivo. Aplicaciones didácticas en forma de talleres de historia, tecnológicos y audiovisuales".- En: Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, 24, p. 95-105.

ITURRATE COLOMER, G. (1996). "Planificar el servicio pedagógico del archivo".- En: Boletín de la ANABAD, 46 p. 22-45.