

Redes, tweets y engagement: análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter

Rafael Carrasco-Polaino, Ernesto Villar-Cirujano, Miguel-Ángel Martín-Cárdaba

El Profesional de la Información, ISSN 1699-2407, Vol. 28, n. 4, 2019

Las bibliotecas de las universidades españolas han aumentado significativamente su presencia y su actividad en las redes sociales, especialmente en Twitter. En el artículo se analiza el uso que las bibliotecas pertenecientes a la Red de Bibliotecas Universitarias Españolas (Rebiun) realizan de Twitter. En concreto, esta investigación analiza la red generada en Twitter por las 59 bibliotecas universitarias españolas que tienen perfil en esta plataforma, así como la finalidad, el contenido, el formato y el *engagement* (compromiso, fidelidad) de sus tweets. Con el objetivo de determinar cómo se conforma la red de bibliotecas universitarias españolas en Twitter, el uso que hacen de la plataforma y la interacción de sus diferentes mensajes en función de su contenido y su forma se llevó a cabo un estudio mediante dos metodologías: análisis de redes y análisis de contenido. Los niveles de *in-degree* y de *out-degree* tienen significados objetivos en el análisis de redes; son el número total de conexiones entrantes y salientes que posee una cuenta. Una vez analizada la configuración de la red, se procedió a analizar el contenido y forma de los tweets publicados por las bibliotecas universitarias. Para ello se escogió una muestra aleatoria mediante una aplicación web (*Alazar*, 2019), de 379 tweets. Sobre los tweets de esta muestra

se hizo un análisis de contenido para determinar el tipo de mensaje del tweet según una ficha creada con anterioridad. Una vez analizada la actividad y el uso que las bibliotecas universitarias españolas hacen de Twitter se puede concluir que, en cuanto a las características de esta red de bibliotecas, el estudio constata que se trata de una red relativamente cohesionada formada por un solo componente. Es decir, que cada uno de los usuarios de la red (ya sean bibliotecas o no) mantiene numerosas interacciones con el resto de usuarios de la misma. Por otro lado, sí se pueden encontrar comunidades que interaccionan en mayor medida por cuestiones de cercanía geográfica, de lengua común o puntuales temas de interés compartido, como puede ser la difusión de la publicación de resultados de investigación interuniversitaria. En esta relación más o menos estrecha influye también la pertenencia de los centros a un determinado consorcio de bibliotecas. Dentro de la red, los usuarios más relevantes son aquellos con un mayor índice de centralidad. En este caso los usuarios más influyentes son siempre bibliotecas universitarias, además de la biblioteca del CSIC. Ningún otro tipo de usuario personal o institucional tiene una posición más predominante dentro de la red. A la hora de valorar las bibliotecas de las universidades como “puentes de la información y del conocimiento”, la Universitat Ramon Llull aparece de forma muy destacada con respecto a todas las demás. Respecto a los actores, Rebiun no genera ni difunde información. Es muy mencionada pero no menciona, por lo que no establece una función de mantenimiento y crecimiento de la red. Por último, en cuanto a los contenidos de los tweets, un tercio de los mensajes enviados por las bibliotecas españolas en el período analizado tiene por objeto dar información de servicio público. Como conclusión, por tanto, se podría decir que la política de comunicación se suele centrar en la información operativa y práctica para los estudiantes. La imagen es el recurso de formato más utilizado independientemente de cuál sea el contenido del tweet, pero especialmente para difundir fondos bibliográficos (portada del

libro).

<https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2019.jul.15>

Resumen elaborado por Antonio Rodríguez Vela