

# Comunicación de bibliotecas universitarias en *Twitter* ante la Covid-19

## *Twitter* communication of university libraries in the face of Covid-19

Sara Martínez-Cardama; Ana R. Pacios

**Note:** This article can be read in English on:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/81084/62871>

Cómo citar este artículo:

**Martínez-Cardama, Sara; Pacios, Ana R.** (2020). "Twitter communication of university libraries in the face of Covid-19". *Profesional de la información*, v. 29, n. 6, e290618.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.18>

Artículo recibido el 13-06-2020  
Aceptación definitiva: 11-09-2020



**Sara Martínez-Cardama** ✉  
<https://orcid.org/0000-0001-7035-5884>  
Universidad Carlos III de Madrid  
Departamento de Biblioteconomía y Documentación  
Madrid, 126-128  
28903 Getafe (Madrid), España  
[smarti1@bib.uc3m.es](mailto:smarti1@bib.uc3m.es)



**Ana R. Pacios**  
<https://orcid.org/0000-0003-2887-882X>  
Universidad Carlos III de Madrid  
Departamento de Biblioteconomía y Documentación  
Madrid, 126-128  
28903 Getafe (Madrid), España  
[areyes@bib.uc3m.es](mailto:areyes@bib.uc3m.es)

### Resumen

Las bibliotecas han tenido que reorientar sus actividades y servicios ante el cierre de sus instalaciones físicas debido a la crisis de la Covid-19. En el marco de la enseñanza superior, las instituciones educativas han trasladado su docencia e investigación al entorno online. Las bibliotecas universitarias, siempre han constituido un elemento esencial en el desarrollo de actividades docentes y educativas y durante el confinamiento su papel ha sido clave. Esta investigación tiene por objetivo analizar cómo las bibliotecas universitarias españolas han comunicado la nueva forma de prestar sus actividades a través de *Twitter* durante las primeras semanas del estado de alarma. Se analizaron 11.867 tweets y retweets de 56 bibliotecas. Para su análisis se realiza una categorización temática *ad hoc*. Se concluye poniendo en valor el papel de las bibliotecas ante la emergencia sanitaria y la rapidez de actuación en la transformación y publicidad de su nueva forma de trabajar. Asimismo, se destaca su papel como punto informativo importante para seguir la actualidad de la pandemia.

### Palabras clave

Bibliotecas universitarias; Covid-19; Coronavirus; Pandemias; Comunicación; Comunicación corporativa; Comunicación organizacional; Medios sociales; Redes sociales; *Twitter*.

### Abstract

Libraries have had to reorient their activities and services due to the closure of their physical facilities during the Covid-19 crisis. In the framework of higher education, educational institutions have transferred their teaching and research to the online environment. University libraries have always been an essential element in the development of teaching and educational activities, and their role has been crucial during the confinement period. This research aims to analyze how Spanish university libraries have communicated this new way of providing their services through *Twitter* during the first weeks of the state of alarm. A total of 11,867 tweets and retweets from 56 libraries were analyzed based on an ad hoc thematic categorization. The conclusions highlight the role of libraries in the face of the health emergency and the transformation and publicity of this new way of working, as well as their role as an important information point to keep up to date with the current situation of the pandemic.

### Keywords

Academic libraries; Covid-19; Coronavirus; Pandemics; Communication; Corporate communication; Organizational communication; Social media; Social networks; *Twitter*.

## 1. Introducción

La crisis causada por la pandemia de la Covid-19 provocó en España, y en la mayoría de los países del mundo, medidas de cierre de empresas e instituciones y el confinamiento de buena parte de la sociedad. Tras declarar la *Organización Mundial de la Salud* situación de emergencia de salud pública el 11 de marzo de 2020, el Gobierno de España publicó el 14 de marzo el “Real decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19” (*España*, 2020), medida legislativa que trataba de contener la expansión del virus. Este real decreto en su artículo 10.3 suspendió la apertura al público de museos, archivos, bibliotecas y otros espacios culturales. Por su parte, las bibliotecas universitarias ya habían cerrado algunos días antes, debido a la suspensión de la docencia presencial y el cierre de los centros educativos.

Las consecuencias de esta pandemia no han sido sólo sanitarias, sino también económicas, sociales y culturales y han afectado en mayor o menor medida a todas las capas de la sociedad. Actividades caracterizadas por la presencialidad como el ocio y la cultura se vieron relegadas al espacio doméstico. La oferta cultural y educativa online se incrementó, y las instituciones, incluidas las bibliotecas, ampliaron la difusión de sus colecciones a un mayor número de usuarios a través de internet. En este sentido destacó la campaña #laculturaentucasa impulsada por el *Ministerio de Cultura y Deporte* (2020) que difundía visitas virtuales a museos, teatro y cine online, y préstamo de libros digitales a través de las bibliotecas públicas. Esto mismo sucedió con editoriales, periódicos y proveedores de contenido digital que abrieron durante unas semanas sus contenidos de manera gratuita. Paralelamente a este incremento de oferta informativa, la pandemia también se convirtió en infodemia, palabra acuñada por la *OMS* para calificar la sobreabundancia de noticias falsas y la rapidez en su difusión. Esta información falsa se propagó igual que el agente infeccioso, pero con un alcance todavía mayor, según estudios de modelización sobre la difusión de desinformación publicados (*Davis et al.*, 2020).

La realidad poliédrica que supone el estudio de la pandemia sanitaria de la Covid-19 justifica su estudio desde diferentes perspectivas, siendo la comunicativa una de las más relevantes. Particularmente desde la comunicación corporativa es importante conocer cómo las instituciones han mantenido su identidad digital y han transmitido los cambios al ofrecer sus servicios.

Aunque las bibliotecas son una de las unidades de información mejor adaptadas a la transformación digital, están inexorablemente vinculadas a su espacio físico. Siguiendo la concepción de *Oldenburg* (1989), son un tercer lugar en la sociedad, un espacio al que acudir para atender a necesidades formativas o lúdicas, y, sobre todo, para crear y unir lazos en una comunidad. Al margen de su faceta digital, el espacio físico sigue constituyendo el eje vertebrador sobre el que giran muchos servicios y actividades, especialmente en las bibliotecas públicas, entendidas como servicio público de proximidad y que en tiempos de crisis ha sido un motor esencial para el empleo, la formación y el empoderamiento (*Caridad-Sebastián et al.*, 2018a; *Gómez-Hernández*, 2010).

A pesar de que entre las bibliotecas, las académicas son las que prestan actividades y servicios online más evolucionados debido al apoyo a la investigación y docencia, el espacio continúa siendo un elemento esencial dentro de la universidad, no sólo debido al acceso de sus colecciones sino a cuestiones ligadas con el avance de la comunidad universitaria (*Whitley; Burger*, 2019; *Hurt*, 2019). La perspectiva social del espacio de las bibliotecas universitarias ha sido ampliamente debatida (*Bryant; Matthews; Walton*, 2009) y con su transformación en CRAIs, las bibliotecas académicas han abierto espacios comunitarios de reunión, laboratorios y otro tipo de áreas facilitadoras del aprendizaje como los *makerspaces*.

A pesar de la importancia del espacio, las bibliotecas durante el confinamiento se han revelado como una de las instituciones que ha sabido mantener la proximidad con su comunidad de usuarios, ampliando incluso su tradicional red de contactos al ofrecer servicios de lectura digital a usuarios sin carnet. Esto ha hecho que servicios como *e-biblio* o *Pregunte, las bibliotecas responden* se consoliden como servicios muy demandados por la ciudadanía durante el confinamiento (*CCB*, 2020).

En el caso de las bibliotecas universitarias, la vinculación con su comunidad se ha basado en la elaboración de planes específicos de comunicación para difundir los recursos y servicios electrónicos, especialmente y de manera intensa en redes sociales y listas de distribución (*Rebiun*, 2020). Es por tanto de interés un estudio que permita conocer qué estrategia comunicativa han seguido las bibliotecas universitarias para mantenerse relevantes y útiles a sus comunidades durante las primeras semanas de la crisis de la Covid-19.

Es de interés un estudio que permita conocer la estrategia comunicativa de las bibliotecas universitarias para mantenerse relevantes y útiles a sus comunidades durante la crisis de la Covid-19

Al margen de mensajes sobre su propia actividad (difusión de recursos, formación online...), es importante conocer qué tipo de información sobre la crisis sanitaria han estado compartiendo y si se han sumado a las campañas públicas realizadas en redes sociales. Asimismo, y viendo los desórdenes informativos y noticias falsas provocados durante esta crisis, también resulta de interés su posible papel ante la desinformación y propagación de bulos, teniendo en cuenta que estudios ya han mostrado el potencial papel de las bibliotecas universitarias españolas en la lucha contra las noticias falsas (*Martínez-Cardama; Algora-Cancho*, 2019).

Teniendo esto en cuenta, este artículo realiza un análisis de la actividad en *Twitter* de 56 bibliotecas universitarias desde el 15 de marzo hasta la segunda prórroga del Estado de alarma, el 26 de abril, con el fin de conocer cómo han realizado el seguimiento de la pandemia. Para ello se presenta un análisis basado en categorías temáticas de sus tweets y retweets que permite dar una visión de conjunto de la actividad comunicativa de las bibliotecas universitarias durante esas semanas.

## 2. Revisión de la bibliografía

Debido a la actualidad del tema tratado, es difícil al cierre de esta investigación (junio 2020) la obtención de estudios globales que aborden el papel de las bibliotecas durante la pandemia. Por ello, la revisión de la bibliografía se ha limitado a dos temas esenciales para su comprensión: la importancia del estudio de la comunicación en tiempos de Covid-19, especialmente a través de la plataforma elegida para este estudio, *Twitter*, y las iniciativas llevadas a cabo por las bibliotecas durante este período.

### 2.1. *Twitter* para el estudio de la comunicación sobre Covid-19

Los medios sociales siempre han sido de interés para el estudio de la información generada en pandemias sanitarias como las provocadas por:

- la gripe H1N1 (**Chew; Eysenbach**, 2010);
- el virus Zika (**Sharma et al.**, 2017; **Glowacki et al.**, 2016; **Vijaykumar et al.**, 2018);
- el ébola (**Suau-Gomila et al.**, 2017).

Estos estudios comparten *Twitter* como plataforma de análisis para detectar principales intereses o preocupaciones de la sociedad, la cobertura temática de los medios o las principales fuentes institucionales o personales de las que surge la información. Su rapidez, popularidad, capacidad de interacción, horizontalidad y facilidad para el desarrollo de estudios basados en la minería de datos hacen de esta aplicación, una de las prioritarias que permite ofrecer una imagen de una situación informativa concreta.

La dimensión internacional de la pandemia de la Covid-19 ha multiplicado la generación de estudios que utilizan *Twitter* para el análisis de diferentes perspectivas de la pandemia. De este modo, **Thelwall y Thelwall** (2020) analizan las actitudes de la comunidad de *Twitter* hacia las medidas contra la Covid-19 como la distancia social o el confinamiento a través de un análisis temático de tweets en inglés publicados del 10 al 29 de marzo. Otros autores han analizado los mensajes de *Twitter* por su carácter predictivo de las tasas de morbilidad en cada región y proporcionar información útil para la toma de decisiones en salud (**Jahanbin; Rahmanian**, 2020; **Park, Park; Chong**, 2020).

Al margen del análisis temático de los mensajes, utilizar tweets como unidad de análisis de contenido permite ahondar en el componente emocional del actual acceso y uso de la información (**Cooke**, 2017). La complejidad del fenómeno informativo actual conlleva la aparición de términos como posverdad, desinformación, noticias falsas o hechos alternativos, se solapan para tratar de calificar los desórdenes informativos que se suceden (**Wardle; Hossein**, 2017, **Del-Fresno-García**, 2019). Todas estas denominaciones ayudan a conceptualizar una situación informativa que se da en buena parte de la sociedad: donde los hechos objetivos tienen menor influencia en la opinión pública que los sustentados en emociones o sentimientos. Son precisamente los medios sociales utilizados para el consumo de información, caracterizados por su viralidad y rapidez, los que favorecen la aparición masiva de estos relatos distorsionados.

Durante las semanas que siguieron a la declaración de la Covid-19 como emergencia sanitaria global, los bulos y noticias falsas crecieron de manera sustancial. En el caso español, el mayor uso de redes sociales durante las semanas de confinamiento conllevó un incremento de noticias falsas pasando de 170 noticias diarias a 253, desde marzo a principios de abril, según fuentes de *Deusto Formación (Infolibre)*, 2020). La desinformación sobre noticias de salud no es una novedad con el coronavirus: anteriormente algunos estudios señalaban que de las noticias médicas publicadas en medios sociales entre 2012 y 2017, el 40% eran falsas (**Waszak; Kasprzycka-Waszak; Kubanek**, 2018).

**López-Borrull** (2020) categoriza las noticias falsas sobre coronavirus por su contenido y las clasifica en:

- origen de la enfermedad;
- aparición de nuevos casos;
- cuidados y prevención;
- medidas de confinamiento.

**Salaverría et al.** (2020) categorizan una muestra de 292 bulos. *Twitter* es la segunda plataforma de difusión de noticias falsas, sólo por detrás de *WhatsApp*. Al respecto, añaden que buena parte de los contenidos son difundidos o por cuentas con identidad falsa o *bots*, con una clara voluntad de desinformar. Entre otros estudios que usan *Twitter* para el estudio de noticias falsas y desinformación, pueden citarse los recientes de **Cinelli et al.** (2020) y **Kouzy et al.** (2020).

Otra perspectiva de estudio que permite *Twitter* es el de la comunicación de las instituciones durante la pandemia. Así, por ejemplo, constituye una plataforma excelente para evaluar los relatos discursivos de los grupos políticos o instituciones implicadas en la gestión de la crisis sanitaria (**López-García**, 2020). Desde la comunicación corporativa se anima al estudio de la actuación de las organizaciones durante la crisis y al análisis de su marca reputacional (**Xifra**, 2020). En este sentido, las bibliotecas constituyen un agente social de interés para el análisis de:

- a) la comunicación sobre ellas mismas y sus actividades, viendo cómo se han adaptado a las nuevas circunstancias que la virtualidad ha impuesto;
- b) la comunicación sobre el exterior, analizando qué mensajes se transmiten relacionados con la crisis sanitaria y fortaleciendo de esta forma las relaciones con su comunidad.

## 2.2. Las bibliotecas ante la Covid-19

Nuevamente nos encontramos con que debido a lo reciente de esta crisis, la mayoría de los debates sobre el papel de las bibliotecas ante la Covid-19 todavía se generan fuera del circuito académico. En la fecha de cierre de este artículo (junio de 2020) hay pocas aportaciones en revistas científicas, tratándose la mayoría de secciones editoriales. En general, la mayoría de las contribuciones se ofrecen en blogs profesionales o divulgativos y se basan en ofrecer ideas, recomendaciones y resumir actividades que las bibliotecas están realizando para superar el cierre de su espacio físico y posteriormente, sobre recomendaciones para la reapertura.

Sin duda, las primeras reacciones y medidas provinieron de las asociaciones profesionales. Así, asociaciones como *IFLA* o *ALA*, y en el caso de España, *Rebiun* para bibliotecas universitarias, recogieron de manera rápida las iniciativas realizadas por las bibliotecas con el fin de establecer un punto de información centralizado que sirviese de guía. En el caso de *IFLA*, bajo el título *Covid-19 y el sector bibliotecario global* (*IFLA*, 2020), aglutina recursos clave para la respuesta de las bibliotecas a la pandemia. Todos ellos son actualizados regularmente y se basan en información colectiva recogida a través de una dirección de correo específica. La recopilación realizada versa sobre:

- mecanismos de cierre de las bibliotecas a lo largo del mundo;
- seguridad en el trabajo;
- cómo ofrecer servicios bibliotecarios de manera remota;
- la reapertura paulatina de los centros.

Por su parte, *ALA* (*American Library Association*) ha elaborado un extenso documento titulado *Pandemic preparedness: Resources for libraries* (*ALA*, 2020), que incluye recursos específicos para la gestión de situaciones de emergencia sanitaria en general, y sobre Covid en particular. En él comparte comunicados, artículos publicados en *American libraries*, recomendaciones para realizar una política para bibliotecas individuales y diversos recursos de formación y *webinars*. El contenido de estas sesiones trata generalmente de la transformación virtual de servicios como referencia, alfabetización informacional o también de la propia gestión del personal de biblioteca de manera remota. *Public Library Association* (*PLA*), la rama de *ALA* centrada en bibliotecas públicas recogió en una encuesta las principales actividades de 2.545 bibliotecas del país. En ella, las bibliotecas confirmaron que sus líneas de acción se orientaron a expandir sus recursos digitales, lanzar programas virtuales y coordinarse con las agencias y poderes locales. Asimismo, un 76% de los encuestados indicaron que habían extendido su política de renovación de préstamos.

En esta línea de trabajo se encuentran las bibliotecas académicas. En España, *Rebiun* (2020) recogió desde los primeros días del confinamiento las principales medidas llevadas a cabo por las bibliotecas universitarias españolas, centradas sobre todo en el teletrabajo, manteniendo la atención telemática a usuarios y la oferta de servicios de manera virtual, entre otros. Asimismo comparte un listado de las webs creadas por las universidades para compartir la información específica de las medidas adoptadas.

Por su parte, *ACRL*, la rama de *ALA* dedicada a bibliotecas universitarias ofrece información muy similar. A través de una guía de recursos *LibGuides* titulada *Pandemic resources for academic libraries* (*ACRL*, 2020) comparte información actualizada y recursos para el desarrollo del personal bibliotecario durante la pandemia. Es de interés la organización de *webinars* específicos. Al igual que *ALA*, *ACRL* animó a contestar una encuesta *Academic library response to Covid-19* los primeros días de la pandemia, para obtener información en tiempo real (las primeras 24 horas) de lo que estaba aconteciendo en las bibliotecas académicas. Los resultados transmiten las mismas prioridades en relación con el cierre de bibliotecas, teletrabajo y mantenimiento de servicios online (**Hinchliffe; Wolff-Eisenberg**, 2020).

Otro de los factores que han alterado la manera de ofrecer las colecciones digitales hasta este momento por parte de las bibliotecas universitarias ha sido el ofrecimiento gratuito o con condiciones especiales (*Upgrade*) de editoriales y proveedores de recursos de información, de sus bases de datos o revistas. Generalmente estas editoriales ofrecen acceso gratuito durante un período de tiempo, como *Aenor* o *Ingebook*, bajo condiciones ventajosas para material educativo. Es el caso de *Cambridge* y su colección *Text books* o *Aranzadi*, que permitió difundir contenidos a través de las aulas virtuales. Otros proveedores han permitido un acceso ilimitado de usuarios como *Ebsco*. Al margen de estas iniciativas, con el fin de solidarizarse con la situación de emergencia sanitaria, las editoriales han apoyado el acceso abierto para sus colecciones específicas sobre Covid-19, como *Covid-19 Cambridge*, *Covid-19 Ebsco*, *Covid-19 Emerald*, o *Covid-19 Springer Nature*, entre otros. Estas nuevas condiciones de acceso a los recursos científicos son un reto para su difusión por parte de las bibliotecas universitarias entre su comunidad. Una de las estrategias más frecuentes es el diseño de webs o guías temáticas que aglutinen todos los recursos para darles mayor visibilidad.

Una de las actividades con las que las bibliotecas universitarias han estado comprometidas es la de ofrecer información fiable y de calidad sobre el virus, ayudando a desmentir bulos o información falsa

Al margen de las actividades centradas en la difusión de su colección o servicios, las bibliotecas universitarias han sido un agente muy proactivo frente a la crisis sanitaria impulsando la creación de equipos de protección individual (EPIs) en sus espacios *maker* (*makerspaces*) y con sus propios recursos (impresoras 3D).

Otra de las actividades con las que las bibliotecas universitarias han estado comprometidas durante esta emergencia sanitaria es la de ofrecer información fiable y de calidad sobre el virus, ayudando a desmentir bulos o información falsa. Así por ejemplo, surge la iniciativa espontánea #Ayudabiblioteca de bibliotecas especializadas en salud, entre las que se encuentra la biblioteca de la *Universidad de Alcalá*. Fruto de este trabajo es la web de recursos *Covid-19 por especialidades y temas*:

<https://sites.google.com/view/covid19-por-especialidades>

Otro tipo de respuestas colaborativas y basadas en el *crowdsourcing* la encontramos en las bibliotecas académicas norteamericanas con la creación de la guía *Academic library LibGuides related to Covid-19* (Ford, 2020) que reúne guías temáticas realizadas en la plataforma de gestión de contenidos *LibGuides* sobre recursos fiables sobre el coronavirus. Esta base de datos colaborativa se enfoca en el contenido de las propias guías, pero también en la audiencia a la que van destinadas y la licencia con la que se publican.

Las bibliotecas comienzan a formar parte del movimiento contra las noticias falsas y a favor del *fact checking* y la verificación de hechos. Estas instituciones han ejercido siempre tareas de infomediación y su papel en el fomento del pensamiento crítico de la ciudadanía está ampliamente validado. Esta labor de *gatekeeper* informativa, o lo que ahora se denomina *content curation*, se amplía en la gestión de la información digital (Caridad-Sebastián *et al.*, 2018b). Asociaciones bibliotecarias como *IFLA* animan a las bibliotecas a tomar posición en los debates sobre la calidad de la información en medios de comunicación y a defender su papel en las nuevas multialfabetizaciones. La especialidad e importancia de las bibliotecas universitarias también hace que sean vistas como una herramienta necesaria para participar en este debate (Martínez-Cardama; Algorta-Cancho, 2019), desde ámbitos como la gestión y desarrollo de colecciones (Anderson, 2017), la colaboración en iniciativas de apoyo a la docencia, y la alfabetización informacional (Rose-Wiles, 2018; Caufield, 2017). La crisis informativa provocada por la Covid-19 puede constituir una oportunidad para reforzar el papel de las bibliotecas en este sentido.

Se ha visto por tanto que las bibliotecas han adaptado sus servicios y actividades durante este período, no sólo circunscribiendo su actividad a los servicios habituales, sino ampliando las mismas para mantener su comunicación durante la pandemia.

El estudio del papel de las bibliotecas universitarias en medios sociales ha sido una constante a lo largo de estos años en términos de participación, contenido e influencia (Shulman; Yep; Tomé, 2015; Carrasco-Polaino; Villar-Cirujano; Martín-Cardaba, 2019), y sus beneficios en términos comunicativos, de marketing y mejora de acceso a la información ampliamente estudiados (Phuong-Chi, 2020). Es por tanto pertinente entender cómo las bibliotecas universitarias han comunicado su actividad a través de *Twitter* durante las primeras semanas de la pandemia y si se han convertido en plataformas útiles para la obtención de información contextual sobre la misma. Por tanto, el presente estudio pretende resolver las siguientes preguntas de investigación:

- P1. ¿Cómo ha sido la comunicación de las actividades y servicios de las bibliotecas universitarias tras el cierre provocado por la Covid-19 y cuál es su reflejo en *Twitter*?
- P2. ¿Han constituido las bibliotecas universitarias puntos de información actualizados para el seguimiento de la evolución de la pandemia?
- P3. Dada la problemática de desinformación existente, ¿han compartido contenidos que transmitan información científica fiable o que combatan las noticias falsas y la propagación de bulos?

### 3. Método

El objetivo fundamental de este estudio es conocer la frecuencia y contenido de la comunicación que han realizado las bibliotecas universitarias españolas a través de *Twitter* desde la declaración del Estado de alarma el 15 de marzo de 2020, hasta la fecha del final de su segunda prórroga, el 26 de abril. De este análisis y a la vista de las publicaciones, se puede desprender cómo ha sido su actuación durante esas semanas. Para alcanzar los objetivos de la investigación se realizó un estudio aplicando métodos cuantitativos y cualitativos. En un primer estadio de la investigación se cuantificaron los tweets producidos por 56 bibliotecas universitarias en *Twitter*. A través del *Directorio de redes sociales de Rebiun* se eligieron las que contaban con una cuenta centralizada de la biblioteca y que permanecía activa y actualizada (tabla 1). <https://www.rebiun.org/directorio-redes-sociales>

Tabla 1. Selección de cuentas de *Twitter* de bibliotecas universitarias españolas

Universidad	Usuario de <i>Twitter</i>
Universidad Europea de Madrid	@BibliotecaUEM
Universidad Autónoma de Madrid	@uam_biblioteca
Universidad Cardenal Herrera CEU	@BibliotecaUCH
Universidad Carlos III de Madrid	@biblioteca_uc3m
Universidad Católica San Antonio de Murcia	@UCAM_Biblioteca
Universidad CEU San Pablo	@bibliotecaceu

<b>Universidad</b>	<b>Usuario de Twitter</b>
<i>Universidad Complutense de Madrid</i>	@Bcomplutense
<i>Universidad de Alcalá</i>	@bibliounialcala
<i>Universidad de Almería</i>	@bibliotecaUAL
<i>Universidad de Burgos</i>	@bibliotecaubu
<i>Universidad de Cádiz</i>	@BiblioUCA
<i>Universidad de Cantabria</i>	@BUCantabria
<i>Universidad de Castilla-La Mancha</i>	@BibliotecaUCLM
<i>Universidad de Córdoba</i>	@Buco_es
<i>Universidad de Extremadura</i>	@UexBiblioteca
<i>Universidad de Granada</i>	@bibliotecaUGR
<i>Universidad de Huelva</i>	@bibliotecaUHU
<i>Universidad de Jaén</i>	@bujatuit
<i>Universidad de La Laguna</i>	@bibliotecaull
<i>Universidad de La Rioja</i>	@bibur
<i>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</i>	@bulpgc
<i>Universidad de León</i>	@bibliotecaule
<i>Universidad de Málaga</i>	@Biblioteca_UMA
<i>Universidad de Murcia</i>	@UmBiblioteca
<i>Universidad de Navarra</i>	@unavbiblioteca
<i>Universidad de Salamanca</i>	@bibliotecasusal
<i>Universidad de Sevilla</i>	@Biblioteca_US
<i>Universidad de Valladolid</i>	@BURSofia
<i>Universidad de Zaragoza</i>	@bibliounizar
<i>Universidad del País Vasco</i>	@upvehuBiblio
<i>Universidad Loyola Andalucía</i>	@BiblioLoyolaAnd
<i>Universidad Miguel Hernández de Elche</i>	@bibliotecasUMH
<i>Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)</i>	@Biblioteca_UNED
<i>Universidad Oberta de Catalunya</i>	@UOCbiblioteca
<i>Universidad Pablo de Olavide</i>	@bibupo
<i>Universidad Politécnica de Cartagena</i>	@BibliotecaUPCT
<i>Universidad Politécnica de Madrid</i>	@biblioupm
<i>Universidad Politécnica de Valencia</i>	@BiblioUPV
<i>Universidad Pontificia de Comillas</i>	@Comillas_biblio
<i>Universidad Pontificia de Salamanca</i>	@BibliotecaUPSA
<i>Universidad Rey Juan Carlos</i>	@BURJC
<i>Universidade de Santiago de Compostela</i>	@BUSCUSC
<i>Universidade de Vigo</i>	@saibuvigo
<i>Universitat Autònoma de Barcelona</i>	@bibliotequesUAB
<i>Universitat d'Alacant</i>	@BibliotecaUA
<i>Universitat de Barcelona</i>	@crai_ub
<i>Universitat de Girona</i>	@UdGBiblioteca
<i>Universitat de les Illes Balears</i>	@BibliotecaUIB
<i>Universitat de Lleida</i>	@bibliotequesudl
<i>Universitat de València</i>	@bibliotequesuv
<i>Universitat de Vic</i>	@uvic_biblioteca
<i>Universitat Internacional de Catalunya</i>	@BibliotecaUIC
<i>Universitat Jaume I</i>	@BibliotecaUJI
<i>Universitat Politècnica de Catalunya</i>	@bibliotecnica
<i>Universitat Pompeu Fabra</i>	@bibliocraiUPF
<i>Universitat Rovira i Virgili</i>	@craiURV

La biblioteca de la *Universidad de Oviedo* y la de la *Universidad Internacional de la Rioja* no se tuvieron en cuenta para el estudio debido a su falta de actualización en el momento en el que comienza el estudio (15 de marzo de 2020).

El análisis tuvo en cuenta dos dimensiones: los tweets propios publicados y los retweets. Con ello pretendía conocerse no sólo cómo las bibliotecas estaban difundiendo sus actividades, sino su posición o interés en difundir contenidos relacionados especialmente con la crisis del coronavirus. Así, los retweets son parte esencial en la difusión de la comunicación en *Twitter* y son tenidos en cuenta como parte del comportamiento informacional de los usuarios. Permiten analizar entre otros: el grado de adhesión a la información que se comparte, si ese contenido es útil, el reconocimiento a su autoría o cómo se es parte visible dentro de una conversación (Boyd; Golder; Lotan, 2010). Además, posibilitan detectar la viralidad del contenido en cuestión (Alhabash; McAlister, 2015). Los retweets ya han sido estudiados como indicativo del grado de *engagement* en campañas de salud pública y promoción de la salud (Neiger *et al.*, 2013), y dentro de estudios específicos sobre el uso de *Twitter* durante la Covid-19 (Thelwall; Thelwall, 2020).

Los datos se obtuvieron cada día a través de los propios perfiles en *Twitter* durante el período que abarca el estudio. Se incluyeron los datos en *Excel* para su tratamiento. El análisis cuantitativo permitió conocer la dinámica de publicación durante este tiempo por parte de las bibliotecas universitarias y la media de publicaciones<sup>1</sup>. Una vez recolectados en la hoja de cálculo, se procedió a su análisis cualitativo. En este proceso se realizó una selección de un corpus de 10.694 tweets, resultantes tras haber eliminado durante el conteo excesivas repeticiones de contenido fruto de un retuiteo o publicación duplicada de cada cuenta.

Una vez definido este corpus, se analizó su contenido, un método aplicado en comunicación y estudio de medios para el tratamiento de información. De ahí que, mediante la realización de una categorización manual *ad hoc* de los tipos de tweets más frecuentes, se codificó cada uno de los ítems asignándoles una categoría (Titscher *et al.*, 2002). Este tipo de análisis es muy frecuente para el tratamiento de tweets (Chew; Eysenbach, 2010; Wang; Zhuang, 2017) y también para su análisis durante la Covid-19 (Brennen *et al.*, 2020; López-García, 2020).

Las categorías creadas que sintetizaban las publicaciones y actividades de las que las bibliotecas universitarias se hacían eco fueron siete:

- Difusión de la colección y recursos online. Se integran aquí los tweets que promocionan los recursos suscritos por la biblioteca, las nuevas condiciones de acceso a las bases de datos, así como otros recursos realizados por la biblioteca: guías temáticas, blogs, tutoriales...
- Mantenimiento de la actividad universitaria. Bajo este ítem se agrupan los tweets y retweets orientados a transmitir el mantenimiento de la actividad, no sólo de la biblioteca, sino de la universidad en general. Se incluye aquí el mantenimiento del servicio de préstamo y sus nuevas condiciones, los nuevos canales de información y referencia, la labor de la biblioteca en la docencia online, los cursos y *webinars* de formación y otras actividades, muchas de las cuales tuvieron que eliminar la presencialidad y adaptarse al formato online.
- Información contextual. Aquí se consideran los mensajes que incluyen a la biblioteca dentro del marco conversacional generado por el coronavirus: seguimiento de la pandemia (mensajes oficiales, noticias relacionadas con la evolución del virus...), al igual que los mensajes que favorecen la construcción de comunidad (ánimo, apoyo a sanitarios, recomendaciones para cuestiones como el teletrabajo o el aislamiento...). Como parte de este apartado se consideró relevante ver en qué medida las bibliotecas universitarias se suscribían en sus tweets propios a los hashtags motivacionales elaborados por la comunidad para dar apoyo a la sociedad en estos momentos duros (#yomequedoencasa, #estevirusloparamosunidos...). Analizar si las bibliotecas universitarias utilizan estas fórmulas para etiquetar su contenido permite ver en qué medida forman parte de esa movilización online.
- Difusión de actividades culturales y educativas externas al ámbito universitario. Se agrupan aquí los mensajes (sobre todo retweets) a cuestiones relacionadas con la difusión de ocio y cultura desde casa y online.
- Información científica y fiable sobre el coronavirus. Se incluye aquí sólo información relacionada con el coronavirus desde una perspectiva científica (artículos científicos, informes...). Se excluyeron noticias cuyo contenido se refería al seguimiento de la pandemia (cuestiones sobre medidas de prevención, informes oficiales de datos de seguimiento de la pandemia...).
- Desinformación. Esta categoría incorpora los tweets y retweets sobre difusión de noticias falsas y bulos, así como con mecanismos para su prevención y los que desmienten información falsa que ha sido publicada o bien ampliamente difundida.
- Otros.

## 4. Resultados y discusión

Los principales resultados se encuentran divididos en las dos etapas de realización de este estudio.

### 4.1. Número de publicaciones

El número de publicaciones recogidas previamente al análisis de contenido fue de 11.867. La tendencia de publicación por parte de las 56 bibliotecas universitarias es constante, habiendo picos descendentes que coinciden en fines de se-

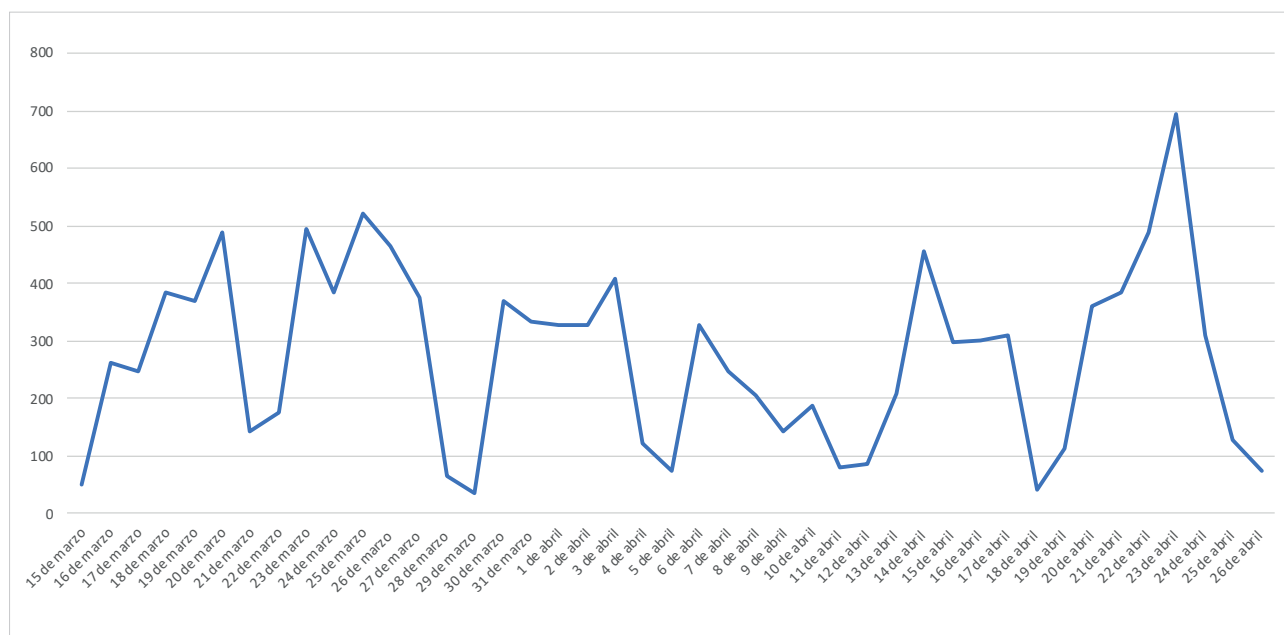


Gráfico 1. Evolución de las publicaciones de las bibliotecas universitarias en Twitter (15 de marzo al 26 de abril)

mana y la festividad de Semana Santa. El máximo de publicaciones alcanzadas por día es de 695, obtenido el día 23 de abril, día del libro (gráfico 1).

Las cinco bibliotecas más productivas han sido:

- *Universidad Politécnica de Madrid* (1930);
- *Universidad de Castilla-La Mancha* (567);
- *Universitat de Barcelona* (495);
- *Universidad Miguel Hernández de Elche* (476);
- *Universidad CEU San Pablo* (469).

Y las que menos tweets han publicado son:

- *Universidad Loyola Andalucía* (63);
- *Universidad Cardenal Herrera CEU* (61);
- *Universidad Carlos III de Madrid* (59);
- *Universidad Rey Juan Carlos* (44);
- *Universidad Católica San Antonio de Murcia* (13).

La media de publicaciones por día ha sido de 211 tweets.

En general esta cuantificación sirvió para ofrecer una visión general de la intensidad de la actividad de las bibliotecas universitarias en estas semanas, pero en ningún momento para determinar la calidad de su política en medios sociales. Tras la eliminación de contenido duplicado y excesivos retweets se trabajó con una muestra de 10.994 tweets que fueron los escogidos para el análisis de contenido.

## 4.2. Análisis de contenido

Una vez obtenido el corpus de tweets para el análisis de contenido, el resultado de número de tweets por categoría temática puede verse en el gráfico 2.

### 4.2.1. Mantenimiento de la actividad universitaria

Tras este análisis pudo comprobarse que los tweets y retweets más habituales (2.983) son los dedicados a transmitir cómo se han mantenido servicios y actividades propias de la biblioteca o de la universidad durante las primeras semanas de la pandemia. La percepción general que se obtiene al analizar el conjunto de tweets es la voluntad por parte de las bibliotecas de transmitir normalidad en el funcionamiento de los servicios. El análisis de este conjunto permite vislumbrar varios tipos de contenido.

El primero orientado a comunicar los cambios en las actividades o servicios y cómo se han adaptado. Esto sucede con prácticamente todas las actividades fundamentales de la biblioteca, por ejemplo, el préstamo y sus convenientes recordatorios de ampliación de plazos de devolución a medida que avanzaba el estado de alarma,

“ La percepción general que se obtiene al analizar el conjunto de tweets es la voluntad por parte de las bibliotecas de transmitir normalidad en el funcionamiento de los servicios ”



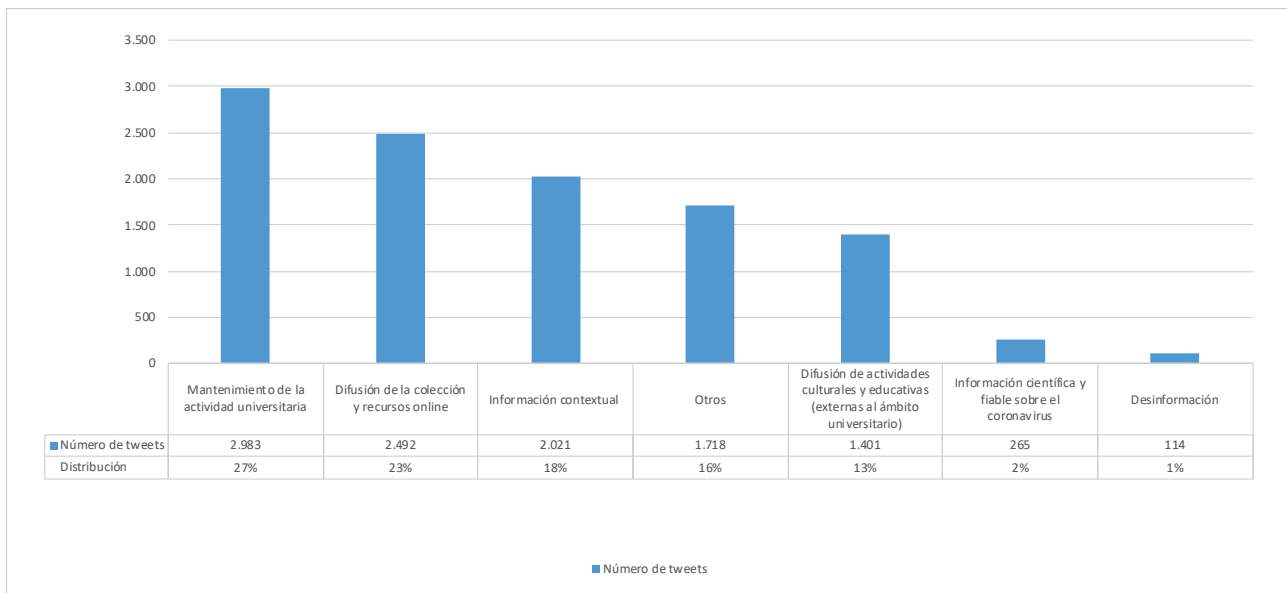


Gráfico 2. Número de tweets por categoría temática

información práctica como la instalación de VPN y acceso a bases de datos, el mantenimiento del préstamo interbibliotecario sólo para obras digitales, o la transformación de actividades como cursos de formación o clubs de lectura al mundo digital. Las iniciativas para dar a conocer esta nueva forma de prestar servicios son variadas: desde vídeos explicativos, infografías o incluso otras opciones más novedosas como compartir directos del canal de *Instagram*, como en el caso de la biblioteca de la *Universidad de Cantabria* o simular una conversación por *WhatsApp* como la biblioteca de la *Universidad Pablo de Olavide*. Asimismo, algunas bibliotecas como las de la *Universitat Autònoma de Barcelona* o la de *Cantabria* preguntan mediante una encuesta a sus usuarios si echan de menos algún servicio y cómo pueden mejorar.

Otra línea de tweets encontrada en el análisis de este bloque temático es la biblioteca como difusora de las decisiones de su universidad sobre la continuación del curso académico, las instrucciones, resoluciones y planes emitidos por los órganos con información actualizada de interés para la comunidad universitaria.

No obstante, sin duda la tendencia que adquiere más interés es la elección del espacio digital como marco para programar actividades durante la cuarentena. Por un lado, las que han tenido que migrar de escenario, como exposiciones o concursos planificados en un principio para un formato presencial, como por ejemplo el *XIV Concurso de haiku* de la *Biblioteca Universitaria General de Albacete* que tuvo que ser celebrado a través de *Skype*.

La cuarentena ha propiciado la celebración de campañas que promueven la cercanía con los usuarios, a pesar de la obligada distancia física. Son frecuentes campañas y concursos en los que se pide a los usuarios que compartan fotos y vídeos sobre sus lecturas en las que juegan con el espacio, como la *Universitat Politècnica de Valencia* que promueve el envío de lecturas desde los balcones; o concursos de fotografía o microrrelatos como los de la biblioteca de la *Universidad de Burgos* con los hashtags #lecturasencuarentenaBiblioUBU o #fotosencuarentenaBiblioUBU sobre los cambios en la vida cotidiana o la experiencia de leer en cuarentena. Similares experiencias pueden encontrarse en las bibliotecas de las universidades de *Córdoba*, *Alicante* (#ConlaBUAenMiRincón) y la *UNED* (a través de su concurso #booktuber). Fechas significativas como el Día internacional del libro continuaron celebrándose de manera virtual y también constituyeron una oportunidad para el lanzamiento de campañas que implicaban proximidad e interacción con los usuarios. Por ejemplo:

- la biblioteca de la *Universidad de Burgos* realizó un homenaje a Miguel Delibes en conmemoración del centenario de su nacimiento. Con #DelibesencasaBiblioubu instaba a sus usuarios a compartir fotos de sus libros desde sus casas;
- la *Universidad de Granada* realizó un sorteo a través de los hashtags #BUGDiadellibro2020 y #Confinadosperoniaisladosniamargados en el que invitaba a los usuarios a compartir sus lecturas;
- el reto #BookfaceBUCLM de la biblioteca de la *Universidad de Castilla La Mancha*.

Dentro de este nuevo marco de provisión de servicios, la configuración de nuevos espacios de trabajo en el hogar y el teletrabajo ha cambiado la comunicación de la biblioteca con sus usuarios. En esta categoría es muy frecuente por parte de las bibliotecas universitarias mostrar los rincones de trabajo de sus empleados en sus casas o compartir imágenes de videoconferencias. Es frecuente por parte de las bibliotecas ver y presentar a los encargados de los servicios trabajando desde sus domicilios o retratar las reuniones. Paradójicamente en tiempos de distanciamiento físico, la proximidad con el personal bibliotecario parece mayor que nunca al presentar a su comunidad de redes sociales escenas del trabajo diario que antes no eran visibles. Entre las iniciativas más originales destacan la elaboración

“ La tendencia que adquiere más interés es la elección del espacio digital como marco para programar actividades durante la cuarentena ”

de vídeos como los de las bibliotecas de las universidades de *Huelva*, *Cantabria*, *Pablo de Olavide* y *Castilla-La Mancha*. Destaca especialmente este último, de gran viralidad y difusión, que a ritmo de canción lanza un mensaje de ánimo al mismo tiempo que recalca la presencia de la biblioteca.

Este tipo de iniciativas de cercanía han servido para reforzar todavía más la faceta digital de la biblioteca universitaria. La crisis sanitaria y el confinamiento ha supuesto una oportunidad no sólo para ampliar colecciones y servicios, sino para reforzar su visibilidad. Esto lo muestra el eco de estas iniciativas en medios de comunicación (prensa y radio locales) y por parte de notas de las universidades donde se reconoce su labor durante estas semanas.

#### 4.2.2. Difusión de la colección y recursos online

Es la segunda categoría temática más representada (2.492 tweets). En ella se encuentran tweets con dos perspectivas.

La primera, la difusión de los recursos y colecciones digitales suscritos por la biblioteca. Se pone especial énfasis en la difusión de guías de recursos temáticos para la preparación de TFG o TFM y como apoyo a la docencia online. *Twitter* se ha utilizado como plataforma para descubrir y concienciar sobre el uso de estos recursos entre la comunidad universitaria, sobre todo enfocándose en las necesidades de los estudiantes y como soporte a la docencia. El cierre presencial de la actividad docente ha propiciado un mayor uso de estas colecciones. Por ejemplo, datos de la *Universidad de Cantabria* señalan que el confinamiento ha cambiado el uso que se realiza de la web corporativa de la universidad. En el caso de la biblioteca, si bien las visitas a la web principal se han reducido, las de la página de servicios y colecciones en remoto se han incrementado un 130%.

“ En tiempos de distanciamiento físico, la proximidad con el personal bibliotecario parece mayor que nunca al presentar en redes sociales escenas del trabajo diario que antes no eran visibles ”

La otra tendencia detectada son los tweets dedicados a la difusión de los recursos accesibles en abierto o en condiciones especiales por parte de editoriales y proveedores. Las estrategias de comunicación son diversas, desde ir publicitando, uno por uno, cada recurso en abierto indicando las ventajas o condiciones especiales de uso, o la de difundir estos recursos en nuevas guías temáticas creadas generalmente a través de la plataforma *LibGuides (Springshare)*. Generalmente estas guías aglutinan toda la información necesaria para poder acceder a los servicios de la biblioteca de manera remota y tienen apartados concretos para las colecciones específicas en abierto sobre Covid-19 u otras que hayan sido ampliadas con motivo de la pandemia. Algunos ejemplos de estas guías son:

- “La Biblioteca/CRAI durante la Covid-19” de la biblioteca de la *Universidad Pablo de Olavide*;
- “La Biblioteca contigo en casa” de la *Universidad de Extremadura*;
- “Coronavirus: guía de recursos disponibles en tiempos de pandemia” de la *Universidad de Málaga*.

Estas dos últimas incorporan además oferta cultural y de ocio online.

#### 4.2.3. Información contextual sobre la pandemia

Es la tercera categoría más frecuente (2.021 tweets). Se ha podido ver el nivel de implicación de las bibliotecas universitarias a la hora de difundir esa información que permite un seguimiento de la crisis sanitaria desde una perspectiva más social.

Dentro de este tipo son más frecuentes los retweets que los mensajes propios. Los tipos de mensajes encontrados se pueden resumir en:

- Mensajes de colaboración. Las bibliotecas universitarias han tweeteado o retweeteado haciéndose eco de las peticiones por obtener equipos de protección sanitaria individual durante los primeros días de la pandemia. Ha sido frecuente ver mensajes donde se hacían eco de las iniciativas solidarias de sus universidades no sólo en la entrega de este material sino en su fabricación movilizándolo las impresoras 3D que hubiera en sus instalaciones. Por poner algún ejemplo, el *makerspace* de la biblioteca de la *Universidad de Las Palmas* ha colaborado fabricando viseras protectoras homologadas para el *Sistema Canario de Salud*. Hay que destacar también la colaboración de la biblioteca de la *Universidad Politécnica de Madrid* en la *Biblioteca Resistiré de Ifema*.
- Consejos para el confinamiento. Las bibliotecas difunden frecuentemente recomendaciones para cuestiones del día a día relativas a la nueva vida provocada por el confinamiento. Es común encontrar recomendaciones para el teletrabajo, sobre la salud física y mental durante la cuarentena, prevención de delitos informáticos...
- Activismo en materia de ciencia abierta. Es frecuente que las bibliotecas compartan reflexiones y noticias sobre la necesidad de impulsar en tiempos de crisis sanitaria la apertura de la ciencia y los canales de comunicación científicos. Es una forma de hacerse eco de las declaraciones a favor del conocimiento abierto y sostenible de *Rebiun* y de la *Declaración de la Coalición Internacional de Consorcios de Bibliotecas (Icolc)* donde solicitan la apertura de colecciones y conjuntos de datos relativos a la Covid. Además, las bibliotecas comparten las iniciativas de apertura y se hacen eco de las reflexiones sobre el modelo de publicación científica basado en la publicación de *preprints* para compartir de manera más rápida los avances sobre el Coronavirus.
- Mensajes de ánimo. Una buena parte del contenido que han generado las bibliotecas han sido mensajes en los que se trataba no sólo de aportar información contextual sobre la situación sanitaria, sino sobre todo de dar ánimo a su

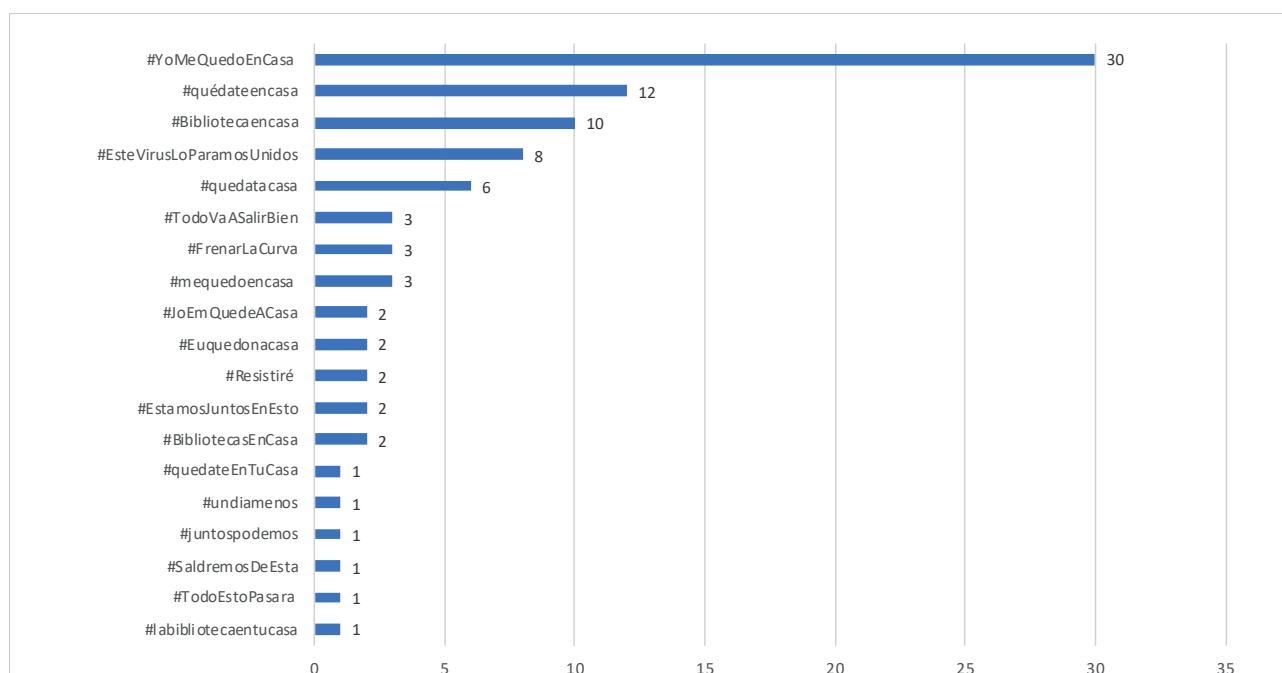


Gráfico 3. Frecuencia de hashtags motivacionales

comunidad. Son frecuentes las publicaciones con frases e imágenes motivacionales. Por ejemplo, la biblioteca de la *Universidad de Castilla-La Mancha* que durante semanas despedía el día con este tipo de mensajes. También fue habitual el contenido de humor a través de memes y gifs con el que tratar de aligerar la gravedad de la información sanitaria. Otros recursos fueron los retos y nominaciones a través de los que no sólo animaban a su comunidad, sino que interactuaban con otras bibliotecas; es el caso del reto y nominaciones de recomendaciones musicales #musica-confinada.

Un elemento a tener en cuenta para detectar el grado de implicación con las dinámicas informativas generadas por la Covid-19 ha sido evaluar el seguimiento de los principales hashtags generados por la comunidad de *Twitter* para crear lazos de unión y ánimo. De ahí que se cuantificaran en los tweets propios de las bibliotecas la frecuencia de estos hashtags (gráfico 3).

De las 56 bibliotecas analizadas, 30 (53,5%) han compartido contenido con el hashtag #yomequedoencasa, tal vez el más popular durante la crisis, que trataba de concienciar a la gente sobre la importancia del cumplimiento del confinamiento. Su número es mayor si se contemplan sus variantes (#quédateencasa, #mequedoencasa...). Asimismo, hashtags para indicar la actividad bibliotecaria desde casa como #bibliotecaencasa y sus variantes se han encontrado en 13 bibliotecas (un 23,2%). También ha sido frecuente la creación de hashtags más personales por parte de las bibliotecas para indicar no sólo el servicio remoto sino el compromiso con sus usuarios, algunos son: #ConlaBUAenMiRincón, #bibliotecaUALcontigo, #laUCOdesde casa, #BibliotecaUPMSeQuedaContigo, #SomosUNEDdesdeCasa, entre otros.

Una buena parte de los mensajes trataban no sólo de aportar información contextual sobre la situación sanitaria, sino sobre todo de dar ánimo a su comunidad

#### 4.2.4. Difusión de actividades culturales o educativas al margen de las de la universidad

Esta categoría engloba un total de 1.401 tweets y retweets. En mayor o menor medida, las bibliotecas se han encargado de proveer a su comunidad de recursos e iniciativas culturales para pasar la cuarentena. Abundan los retweets a iniciativas externas, aunque también existen mensajes propios generados por los propios blogs de las bibliotecas, o basados en la interacción, como las iniciativas colectivas de peticiones de recomendaciones de lectura que a veces tienen forma de sorteo (*Universidad Europea de Madrid*) o la utilización de gifs o memes, como el seguimiento del reto #tupelifavoritaenun gif por parte de la biblioteca de la *Universidad de Castilla-La Mancha*.

#### 4.2.5. Transmisión de información fiable

Se obtuvieron 257 tweets sobre información científica del coronavirus. Para este fin, algunas bibliotecas crearon guías temáticas específicas sobre Covid-19 en las que incluían recursos en abierto y listados de fuentes oficiales, como la *Biblioguía en LibGuides* de la *Universidad de Málaga* que, bajo el epígrafe “Lo que debemos saber”, comparte organismos oficiales para la consulta de información fiable.

En esta línea, la *Universidad de Alcalá* realiza una guía específica de información sobre Covid-19 donde incluye organismos, bases de datos, pero también las publicaciones recientes más actualizadas y estrategias de búsqueda avanzadas para localizar información en *PubMed*

o bases de datos similares. Una cuestión importante de esta guía es la diferenciación entre esta información y la divulgativa, donde comparte información y recomendaciones más generales. En esta categoría ha abundado la información divulgativa frente a las fuentes científicas primarias. Han sido muy frecuentes los retweets a noticias publicadas en medios como *The conversation* o la agencia *SINC (Servicio de Información y Noticias Científicas)* de la *Fecyt*. A este respecto, la biblioteca de la *UNED* retweetea un listado de fuentes de la *AECC* para facilitar el acceso a información fiable.

Las bibliotecas universitarias también se han hecho eco de la iniciativa colaborativa de *#ayudabiblioteca* de las bibliotecas especializadas en Ciencias de Salud de España compartiendo no sólo el nacimiento de esta idea sino su web: <https://sites.google.com/view/covid19-por-especialidades>

Otro tipo de contenido se basa en compartir investigaciones de manera individualizada o cuestiones científicas relacionadas, por ejemplo, con las especificaciones técnicas de *Aenor* para la fabricación de equipos de protección individual.

#### 4.2.6. Combatir la desinformación

Es la categoría menos representada (114). En ella generalmente se comparte contenido divulgativo externo. Las bibliotecas suelen compartir noticias generales sobre desinformación y recomendaciones oficiales para evitar caer en bulos sobre el coronavirus, pero no suelen generar contenido propio sobre estos temas. Como excepción de una participación más activa, destaca la biblioteca de la *UNED* por la organización del taller con *Google* titulado “Verificación online: herramientas y técnicas contra la desinformación”.

## 5. Conclusiones

La crisis sanitaria provocada por la Covid-19 ha puesto en jaque la actividad de muchas instituciones que tenían un componente importante de presencialidad en la provisión de sus servicios.

Las bibliotecas tuvieron que modificar rápidamente sus actividades para poder hacer frente a esta realidad. Aunque las bibliotecas universitarias tengan una faceta digital más desarrollada que otras unidades de información, también se han visto obligadas a realizar cambios trascendentales que afectan a su concepción de servicio. El análisis de su comunicación a través de medios sociales como *Twitter* resulta de interés para detectar cómo han transmitido estos cambios y de qué manera han estado visibles y presentes durante la pandemia. Los medios sociales constituyen la plataforma idónea para este tipo de estudios debido a su componente bidireccional y a su capacidad de generar *engagement* con su comunidad. Asimismo, puede evaluarse cierto tipo de comunicaciones más orientadas a la información sobre el contexto sociosanitario y también las más de carácter informal (retos, concursos...) que ayudan a dar mayor visibilidad a la biblioteca dentro del ecosistema digital.

El análisis de contenido del corpus de 10.994 tweets y retweets permitió dar respuesta a las preguntas de investigación planteadas. En relación con la primera pregunta, la clasificación temática llevó a visualizar las prioridades a la hora de comunicar. Las dos categorías temáticas con más contenido son las dedicadas al mantenimiento de la actividad universitaria y a la difusión de su colección digital. Ambas muy ligadas, pues la segunda ha sido un pilar fundamental en el sustento de actividades como la docencia y aprendizaje online durante estos meses.

Se ha detectado que la necesaria migración de actividades al espacio digital ha generado un clima de cercanía importante con la comunidad. El espacio de las casas y balcones se ha hecho público propiciando para la biblioteca ideas que permitieron mantener el contacto con sus usuarios, pudiendo hablar de la creación de un *tercer lugar* digital. Es el caso de los retos de lectura y concursos, que, si bien son elementos comunes en estrategias de redes sociales de manera habitual, en este contexto de excepcionalidad supusieron un mecanismo extra para incrementar el ánimo colectivo y mantener el sentimiento de comunidad universitaria. Este clima de cercanía se muestra en las escenas retratadas del teletrabajo bibliotecario. Resulta paradójico que en épocas de distancia social, los profesionales de la biblioteca se hayan visibilizado más que nunca. Así, las bibliotecas para mostrar que seguían presentes y útiles a sus usuarios a pesar del cierre físico, han transmitido reuniones, videollamadas, vídeos y presentaciones de los bibliotecarios responsables de los servicios en sus rincones de trabajo. Esta continua actividad les ha valido el reconocimiento no sólo de sus instituciones y su comunidad, sino por parte de noticias publicadas en los medios. Las bibliotecas universitarias han hecho de la necesidad virtud y han permitido que las colecciones y servicios digitales que habitualmente prestan sean conocidas por un mayor número de personas.

Este estudio ha permitido verificar que las bibliotecas universitarias han sido grandes puntos de información actualizada para el seguimiento de la evolución de la pandemia, dando respuesta a la pregunta de investigación número dos. La información denominada “context-

La necesaria migración de actividades al espacio digital ha generado un clima de cercanía importante con la comunidad

Las bibliotecas universitarias han sido grandes puntos de información actualizada para el seguimiento de la evolución de la pandemia

tual” representa la tercera posición de categorías con 2.021 tweets. En todas las bibliotecas han abundado mensajes que reflejaban la situación que el país vivía. Los retweets diarios sobre los datos sanitarios y la evolución de la crisis se han mezclado con importantes llamadas a la colaboración ciudadana para seguir las recomendaciones oficiales. Este tipo de mensajes ayuda desde una perspectiva de estudio de la comunicación a obtener relevancia dentro de una crisis. Este hecho se muestra al evaluar el grado de seguimiento de los hashtags motivacionales creados con motivo de la crisis sanitaria (gráfico 3).

Respecto a la tercera pregunta de investigación, el contenido relacionado con la comunicación de información científica fiable o contra la desinformación y las noticias falsas ha sido menor. Aunque se encuentran representadas en las categorías temáticas, el corpus de tweets encontrados difiere en número de otras. La mayoría de este contenido es externo mediante retweets y de tipo divulgativo. No obstante, cabe destacar iniciativas como la creación de guías temáticas específicas sobre información científica de Covid-19.

A pesar de haber realizado fantásticas campañas sobre sus recursos y colecciones digitales en *Twitter*, no se ha abordado la lucha contra las noticias falsas de una manera más personal, aprovechando esos recursos y la apertura de muchas colecciones para desmentir bulos con información primaria a la que pudiera accederse a través de la propia colección. Asimismo, también podría haberse aprovechado esta circunstancia para crear guías temáticas específicas sobre noticias falsas, generales o específicas sobre coronavirus, como el ejemplo de *LibGuides* de la *London South Bank University* titulado *Fake news: Coronavirus - Covid-19*.

La realización de este estudio ha permitido acercarse de manera global a la comunicación de las bibliotecas universitarias durante las primeras semanas del Estado de alarma en España. Esta comunicación ha sido intensa en términos de cercanía, intentando mantener al máximo el mantenimiento de sus servicios y actividades. Las bibliotecas además han utilizado sus plataformas para avivar el sentimiento de comunidad universitaria que puede debilitarse tras el cierre. La transmisión de mensajes de ánimo y de seguimiento de la crisis sanitaria hacen que los perfiles de las bibliotecas universitarias en *Twitter* hayan formado parte de una colectividad marcada por la excepcionalidad del momento y pueden haberlas convertido en un agente de información útil y actualizada durante esta crisis.

Las limitaciones de este estudio se circunscriben al período de tiempo analizado y al tipo de metodología aplicada basada en la categorización del contenido de los mensajes y no en otro tipo de estudios cuantitativos basados en el estudio de indicadores KPI de medios sociales, como el número de seguidores o el alcance de las publicaciones. Estas cuestiones pueden ser enfocadas en futuros estudios comparativos para ver el alcance real de las publicaciones a nivel retrospectivo. Asimismo sería de interés la realización de estudios sobre el incremento del uso de los servicios digitales por parte de la comunidad universitaria.

El contenido sobre información científica fiable o contra la desinformación y las noticias falsas ha sido menor

Estas cuestiones pueden ser enfocadas en futuros estudios comparativos para ver el alcance real de las publicaciones a nivel retrospectivo. Asimismo sería de interés la realización de estudios sobre el incremento del uso de los servicios digitales por parte de la comunidad universitaria.

## 6. Nota

1. Durante la recogida de tweets hubo incidencias con dos bibliotecas:

- En los datos sobre la biblioteca de la *Universidad Politécnica de Madrid* el número de retweets no ha podido ser contabilizado entre los días 15 al 17 de marzo y 28 y 2 de abril. Esos días se contabilizaron sólo tweets propios.
- El conteo de tweets de la biblioteca de la *Universidad Miguel Hernández (@bibliotecasUMH)* parece tener un problema de generación de contenido duplicado, por lo que el volumen de tweets se redujo de manera significativa.

## 7. Referencias

ACRL (2020). *Pandemic resources for academic libraries*. Association of College and Research Libraries.

<https://acrl.libguides.com/pandemic>

ALA (2020). *Pandemic preparedness: Resources for libraries*. American Library Association.

<http://www.ala.org/tools/atoz/pandemic-preparedness>

Alhabash, Saleem; McAlister, Anna R. (2015). “Redefining virality in less broad strokes: Predicting viral behavioural intentions from motivations and uses of Facebook and Twitter”. *New media & society*, v. 17, n. 8, pp. 1317-1339.

<https://doi.org/10.1177/1461444814523726>

Anderson, Rick (2017). “Fake news and alternative facts: five challenges for academic libraries”. *Insights*, v. 30, n. 2, pp. 4-9.

<https://doi.org/10.1629/uksg.356>

Boyd, Danah; Golder, Scott; Lotan, Gilad (2010). “Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter”. In: *2010 43<sup>rd</sup> Hawaii international conference on system sciences*, pp. 1-10.

<http://doi.org/10.1109/HICSS.2010.412>

Brennen, J. Scott; Simon, Felix M.; Howard, Philip N.; Nielsen, Rasmus-Kleis (2020). *Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation*. Reuters Institute.

[http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19\\_reuters.pdf](http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2020/04/COVID-19_reuters.pdf)

- Bryant, Joanna; Matthews, Graham; Walton, Graham** (2009). "Academic libraries and social and learning space: A case study of Loughborough University Library, UK". *Journal of librarianship and information science*, v. 41, n. 1, pp. 7-18.  
<https://doi.org/10.1177/0961000608099895>
- Caridad-Sebastián, Mercedes; García-López, Fátima; Martínez-Cardama, Sara; Morales-García, Ana-María** (2018a). "Bibliotecas y empoderamiento: servicios innovadores en un entorno de crisis". *Revista española de documentación científica*, v. 41, n. 2, e206.  
<https://doi.org/10.3989/redc.2018.2.1486>
- Caridad-Sebastián, Mercedes; Morales-García, Ana-María; Martínez-Cardama, Sara; García-López, Fátima** (2018b). "Infomediación y posverdad: el papel de las bibliotecas". *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 891-898.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.17>
- Carrasco-Polaino, Rafael; Villar-Cirujano, Ernesto; Martín-Cárdaba, Miguel-Ángel** (2019). "Redes, tweets y engagement: análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter". *El profesional de la información*, v. 28, n. 4, e280415.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.15>
- Caulfield, Mike** (2017). *Web literacy for student fact-checkers*.  
<https://webliteracy.pressbooks.com>
- CCB (2020). *Los servicios digitales eBiblio y Pregunte: las bibliotecas responden se consolidan como dos de los más demandados por los ciudadanos durante el confinamiento*. Consejo de Cooperación Bibliotecaria.  
<https://www.ccbiblio.es/los-servicios-digitales-ebiblio-y-pregunte-las-bibliotecas-responden-se-consolidan-como-dos-de-los-mas-demandados-por-los-ciudadanos-durante-el-confinamiento>
- Chew, Cynthia; Eysenbach, Gunther** (2010). "Pandemics in the age of Twitter: content analysis of tweets during the 2009 H1N1 outbreak". *PloS one*, v. 5, n. 11, e14118.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0014118>
- Cinelli, Matteo; Quattrocioni, Walter; Galeazzi, Alessandro; Valensise, Carlo-Michele; Brugnoli, Emanuele; Schmidt, Ana-Lucía; Zola, Paola; Zollo, Fabiana; Scala, Antonio** (2020). "The covid-19 social media infodemic". *ArXiv preprint arXiv:2003.05004*.  
<https://arxiv.org/abs/2003.05004>
- Cooke, Nicole A.** (2017). "Posttruth, truthiness, and alternative facts: Information behavior and critical information consumption for a new age". *The library quarterly*, v. 87, n. 3, pp. 211-221.  
<https://doi.org/10.1086/692298>
- Davis, Jessica T.; Perra, Nicola; Zhang, Qian; Moreno, Yamir; Vespignani, Alessandro** (2020). "Phase transitions in information spreading on structured populations". *Nature physics*, v. 16, n. 5, pp. 590-596.  
<https://doi.org/10.1038/s41567-020-0810-3>
- Del-Fresno-García, Miguel** (2019). "Desórdenes informativos: sobreexpuestos e infrainformados en la era de la posverdad". *El profesional de la información*, v. 28, n. 3, e280302.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.02>
- España (2020). "Real decreto 463/2020, de 24 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el Covid-19". *BOE*, n. 67, 14 marzo.  
<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2020-3692>
- Ford, Emily** (2020). *Covid19/coronavirus LibGuides list*.  
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/11wP0UTulccQqrwsgLjjiFWFlqfki963Vsf9ty0kUFc/edit#gid=0>
- Glowacki, Elisabeth M.; Lazard, Allison J.; Wilcox, Gary B.; Mackert, Michael; Bernhardt, Jay M.** (2016). "Identifying the public's concerns and the Centers for Disease Control and Prevention's reactions during a health crisis: An analysis of a Zika live Twitter chat". *American journal of infection control*, v. 44, n. 12, pp. 1709-1711.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajic.2016.05.025>
- Gómez-Hernández, José-Antonio** (2010). "Bibliotecas públicas en tiempos de crisis". *Anuario ThinkEPI*, v. 4, pp. 79-86.  
<https://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/article/view/31240>
- Hinchliffe, Lisa-Janicke; Wolff-Eisenberg, Christine** (2020). "Academic library response to Covid-19: Real-time data gathering and dissemination". *The scholarly kitchen*, March 23.  
<https://scholarlykitchen.sspnet.org/2020/03/23/academic-library-response-to-covid19>
- Hurt, Charlene** (2019). "Building libraries in the virtual age". *College & research libraries news*, v. 58, n. 2, pp. 75-91.  
<https://doi.org/10.5860/crln.58.2.75>
- IFLA (2020). *Covid-19 y el sector bibliotecario global*. International Federation of Library Associations and Institutions.  
<https://www.ifla.org/ES/node/92983>

- Infolibre* (2020). "El riesgo de las 'fake news' aumenta durante la cuarentena por Covid-19: de 170 noticias diarias a 253 desde marzo". *Infolibre*, 6 mayo.  
<https://bit.ly/33B2jRE>
- Jahanbin, Kia; Rahmanian, Vahid** (2020). "Using Twitter and web news mining to predict Covid-19 outbreak". *Asian Pacific journal of tropical medicine*, v. 13, n. 8, pp. 378-380.  
<https://www.apjtm.org/article.asp?issn=1995-7645;year=2020;volume=13;issue=8;page=378;epage=380;aulast=Jahanbin>
- Kouzy, Ramez; Abi-Jaoude, Joseph; Kraitem, Afif; El-Alam, Molly B.; Karam, Basil; Adib, Elio; Zarka, Jabra; Traboulsi, Cindy; Aki, Elie W.; Baddour, Khalil** (2020). "Coronavirus goes viral: quantifying the Covid-19 misinformation epidemic on Twitter". *Cureus*, v. 12, n. 3.  
<https://doi.org/10.7759/cureus.7255>
- López-Borrull, Alexandre** (2020). "Fake news' y coronavirus: la información como derecho y necesidad". *COMeIN*, n. 98.  
<https://doi.org/10.7238/c.n98.2025>
- López-García, Guillermo** (2020). "Vigilar y castigar: el papel de militares, policías y guardias civiles en la comunicación de la crisis del Covid-19 en España". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290311.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.11>
- Martínez-Cardama, Sara; Algora-Cancho, Laura** (2019). "Lucha contra la desinformación desde las bibliotecas universitarias". *El profesional de la información*, v. 28, n. 4, e280412.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.12>
- Ministerio de Cultura y Deporte (2020). Campaña 'La cultura en tu casa'.  
<http://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2020/03/laculturaencasa.html>
- Neiger, Brad L.; Thackeray, Rosemary; Burton, Scott H.; Giraud-Carrier, Christophe G.; Fagen, Michael C.** (2013). "Evaluating social media's capacity to develop engaged audiences in health promotion settings: use of Twitter metrics as a case study". *Health promotion practice*, v. 14, n. 2, pp. 157-162.  
<https://doi.org/10.1177/1524839912469378>
- Oldenburg, Ray** (1989). *The great good place: Cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day*. New York: Paragon House. ISBN: 1569246815
- Park, Han-Woo; Park, Sejung; Chong, Miyoung** (2020). "Conversations and medical news frames on Twitter: Infodemiological study on covid-19 in South Korea". *Journal of medical internet research*, v. 22, n. 5, e18897.  
<https://doi.org/10.2196/18897>
- Phuong-Chi, Duong-Thi** (2020). "Developing the use of social media in libraries". *International journal of library and information studies*, v. 10, n. 2, pp. 49-57.
- Rebiun (2020). *¿Cómo están reaccionando las bibliotecas universitarias de Rebiun ante el Covid-19?* Red de Bibliotecas Universitarias Españolas.  
<https://www.rebiun.org/noticias/universidades/covid-19>
- Rose-Wiles, Lisa** (2018). "Reflections on fake news, librarians, and undergraduate research". *Reference & user services quarterly*, v. 57, n. 3, pp. 200-204.  
<https://doi.org/10.5860/rusq.57.3.6606>
- Salaverría, Ramón; Buslón, Nataly; López-Pan, Fernando; León, Bienvenido; López-Goñi, Ignacio; Erviti, María-Carmen** (2020). "Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19". *El profesional de la información*, v. 29, n. 3, e290315.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sharma, Megha; Yadav, Kapil; Yadav, Nikita; Ferdinand, Keith C.** (2017). "Zika virus pandemic - analysis of Facebook as a social media health information platform". *American journal of infection control*, v. 45, n. 3, pp. 301-302.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajic.2016.08.022>
- Shulman, Jason; Yep, Jewelry; Tomé, Daniel** (2015). "Leveraging the power of a Twitter network for library promotion". *The journal of academic librarianship*, v. 41, n. 2, pp. 178-185.  
<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.12.004>
- Suau-Gomila, Guillem; Percastre-Mendizábal, Salvador; Palà-Navarro, Gemma; Pont-Sorribes, Carles** (2017) "Análisis de la comunicación de emergencias en Twitter. El caso del Ébola en España". En: Sierra, Javier; Liberal, Sheila. *Uso y aplicación de las redes sociales en el mundo audiovisual y publicitario*. Madrid: McGrawhill Education, pp. 119-130. ISBN: 978 84 486 1357 0  
<http://eprints.rclis.org/31269/1/Comunicacion-emergencias-Twitter-ebola-Espana.pdf>

- Thelwall, Mike; Thelwall, Saheeda** (2020). "Retweeting for Covid-19: Consensus building, information sharing, dissent, and lockdown life". *arXiv preprint* arXiv:2004.02793.  
<https://arxiv.org/abs/2004.02793>  
<https://doi.org/10.1108/AJIM-05-2020-0134>
- Titscher, Stefan; Meyer, Michael; Wodak, Ruth; Vetter, Eva** (2002). *Methods of text and discourse analysis*. London: Sage. ISBN: 978 0 7619 6483 4
- Vijaykumar, Santosh; Nowak, Glen; Himelboim, Itai; Jin, Ya** (2018). "Virtual Zika transmission after the first US case: who said what and how it spread on Twitter". *American journal of infection control*, v. 46, n. 5, pp. 549-557.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajic.2017.10.015>
- Wang, Bairong; Zhuang, Jun** (2017). "Crisis information distribution on Twitter: a content analysis of tweets during hurricane Sandy". *Natural hazards*, v. 89, n. 1, pp. 161-181.  
<https://doi.org/10.1007/s11069-017-2960-x>
- Wardle, Claire; Hossein, Derakhshan** (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report DGI(2017)09.  
<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Waszak, Przemyslaw M.; Kasprzycka-Waszak, Wioleta; Kubanek, Alicja** (2018). "The spread of medical fake news in social media - the pilot quantitative study". *Health policy and technology*, v. 7, n. 2, pp. 115-118.  
<https://doi.org/10.1016/j.hlpt.2018.03.002>
- Whitley, Betsy; Burger, Amy** (2019). "Designing engagement for academic libraries". *Georgia library quarterly*, v. 56, n. 1.  
<https://digitalcommons.kennesaw.edu/glq/vol56/iss1/10>
- Xifra, Jordi** (2020). "Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19". *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290220.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

**iralis®**  
International Registry for Authors:  
Links to Identify Scientists

es:

- una **guía** para los autores hispanos para que firmen sus trabajos en el formato internacional usual
- una **base de datos** que registra las variantes de firma usadas por cada autor en diferentes épocas
- un **buscador** que usa automáticamente todas las variantes registradas

¡Ni un día más sin decidir tu firma!  
Inscríbete en <http://iralis.org>

Con el apoyo de:

El profesional de la  
**información**