

Sandra Herrera
sandra.herrera@museunacional.catYolanda Ruiz
yolanda.ruiz@museunacional.cat

INTRODUCCIÓ

Es presenta la col·laboració a Twitter entre la Biblioteca Joaquim Folch i Torres i el Departament de Projectes Digitals, encarregat de gestionar les xarxes socials del Museu Nacional d'Art de Catalunya.

En el context de les restriccions provocades per la pandèmia COVID-19, la biblioteca i el departament digital van col·laborar per buscar canals alternatius a la presencialitat atès que les activitats presencials tant del museu com de la biblioteca havien estat suspeses.

D'una banda, era necessari que la biblioteca aconseguís presència a les xarxes socials. De l'altra, el Departament de Projectes Digitals requeria una col·laboració intensa per part d'altres departaments del Museu per generar continguts a les xarxes en un moment de fort impuls de la virtualitat.

També cal tenir en compte que el futur dels museus està en la integració de les seves dades. Connectar els diferents departaments amb els seus corresponents materials servirà per enriquir la proposta de cada museu, fent l'experiència més transversal i panoràmica (Mejuto; Rojo; Zapatero; Folia, 2020)¹.

OBJECTIUS

La Biblioteca Joaquim Folch i Torres es va marcar els següents objectius:

- Integrar-se en la planificació de les xarxes socials del Museu Nacional d'Art de Catalunya, donant suport al Departament de Projectes Digitals en la tasca de creació de continguts.
- Aprofitar el potencial de les xarxes socials per difondre la riquesa i la varietat dels fons patrimonials de la biblioteca.
- Augmentar la visibilitat dels fons patrimonials de la biblioteca amb l'objectiu de dinamitzar-los i difondre els seu contingut.

CONCLUSIONS

L'experiència ha demostrat que apostar pels continguts de qualitat generats mitjançant la curació de continguts genera interès en la comunitat i es va obtenir una bona resposta per part de l'audiència, tot i no tractar-se del públic objectiu de la biblioteca.

Locució llatina que significa: "et dono si em dones"

METODOLOGIA

L'experiència es va materialitzar al segon semestre de l'any 2020 i va consistir en la publicació de dos fils setmanals de Twitter al compte @MuseuNac_cat. L'estratègia de continguts estava consensuada amb el Departament de Projectes Digitals i tenia una planificació mensual. Cada mes es triava un tema que servia d'eix per a la generació de continguts mitjançant tècniques de curació. A tots els fils generats per la biblioteca se'ls afegia l'etiqueta #BibliotecaMNAC per identificar-los dins del compte institucional del museu. Deu dies després de la publicació del fil es recollien els següents indicadors: nombre d'impressions, nombre d'interaccions, taxa d'interacció, quantitat de m'agrada i quantitat de repulades.

Es va triar el format de fil, ja que és una eina clau per a la consecució dels objectius, permet expandir així com flexibilitzar enormement les formes de curar continguts (Guallar; Traver, 2021)². També es va optar per incloure imatges a cada tuit per fer-los més visuals, atractius i generar un engagement més gran (Carrasco-Polaino, Rafael; Villar-Cirujano, Ernesto; Martín-Cárdaba, Miquel-Àngel, 2019)³.

RESULTATS

Es van realitzar 46 fils amb un total de 241 piulades. Es van utilitzar hashtags per identificar els temes mensuals i donar-los visibilitat:

Juliol
#TurismeDeProximitat



Agost
#AvuiViatgem



Setembre
#TornemALEscola



Octubre
#OficisArt



Novembre
#ArtIMitologia



Desembre
#TalDiaComAvui



Es van obtenir **289.051 impressions** i **14.108 interaccions** amb una mitjana de la **taxa d'interacció del 5,8%**. Els tuits van tenir un total de **2658 m'agrada** i **853 repulades**.

REFERÈNCIES

¹ Mejuto, Andrea; Rojo, Carlota; Zapatero, Enric; Folia, Marc (2020). "Difusión online del patrimonio en tiempos de cuarentena". *RdM. Revista de Museología*, n. 79, pp. 29-37

² Guallar, Javier; Traver, Paula (2020). "Curación de contenidos en hilos de Twitter Taxonomía y ejemplos". *Anuario ThinkEPI*, v. 14

³ Carrasco-Polaino, Rafael; Villar-Cirujano, Ernesto; Martín-Cárdaba, Miquel-Àngel (2019). "Redes, tweets y engagement: análisis de las bibliotecas universitarias españolas en Twitter". *El profesional de la información*, v. 28, n. 4