

# Facebook y Twitter. Relaciones Públicas 2.0 de la Educación Superior en Cuba

## AUTORES

**Amelie Montero Esteva**

Universidad de La Habana (Cuba)

[amelie.montero@uma.es](mailto:amelie.montero@uma.es)

**Ana Castillo Diaz**

Universidad de Málaga (España)

[anacastillo@uma.es](mailto:anacastillo@uma.es)

El objetivo principal que hemos propuesto para esta investigación es analizar la presencia de las universidades cubanas en las plataformas digitales donde más representadas están dichas instituciones: Facebook y Twitter. Para ello estudiaremos la gestión de contenidos y la vinculación de los públicos. En este sentido, la metodología se centra en el análisis de los contenidos publicados en los perfiles de las 20 universidades cubanas con presencia en las redes sociales antes mencionadas. El período establecido a analizar corresponde al curso escolar 2018-2019

Los resultados revelan la gestión de contenidos generados en cada una de las páginas de las universidades analizadas, se centra en una tipología de mensaje político-motivacional según el análisis de mensajes de Morales Cartaya (2009). También visualizamos como el nivel de interacciones de los públicos con los contenidos son más elevados cuando el tipo de mensaje está más vinculado con el objeto social de la institución.

### **Objetivos de la investigación**

El objetivo general de este trabajo es describir la presencia de las universidades de Cuba en los sitios de redes sociales (Facebook y Twitter, por ser las mayormente asentadas hasta el momento en estas instituciones) con el propósito de establecer pautas para optimizar su aprovechamiento. A través de esta descripción, de manera específica, se intenta hacer una aproximación a los contenidos publicados y las interacciones que estas universidades establecen con sus públicos a través de estos canales, así como determinar si el tiempo de uso de estas herramientas implica una mejor gestión de las mismas por parte de las universidades.

**Palabras clave:** relaciones públicas, sitios de redes sociales, universidades cubanas, comunicación digital.