

LA ESTADÍSTICA EN LAS REDES SOCIALES: ACERCANDO LOS DATOS A LOS CIUDADANOS

Elena Esparza Alonso
Instituto de Estadística de La Rioja

Las redes sociales han experimentado un acelerado proceso de difusión en las administraciones públicas durante los últimos años, que los institutos de estadística no debemos ignorar.

No se trata de simples canales de comunicación, sino que tienen un potencial de alcance y de impacto mucho mayor que cualquiera de los medios tradicionales, y con capacidad de interacción y dinamismo superiores a cualquiera de los otros medios.

Las redes en las que está presente el Instituto de Estadística de La Rioja son Twitter y Facebook. Su principal fin es mejorar la comunicación con los ciudadanos, hacerles llegar los resultados más relevantes de las diversas operaciones estadísticas oficiales. Pero, además, se busca facilitar la transparencia y la participación.

Para que el producto de esta interacción sea seguro y eficaz, ha sido necesaria la definición de nuestra propia política de comunicación, así como la planificación de los contenidos, evitando con ello la improvisación y, sobre todo, poner en riesgo la reputación del instituto.

Palabras clave: redes sociales; difusión; transparencia; participación; planificación.

Las redes sociales (en adelante, RR.SS.) han experimentado un acelerado proceso de implantación en las administraciones públicas durante los últimos años, hecho que desde los institutos de estadística no debemos ignorar.

Lejos de ser simples canales de comunicación, presentan un potencial de alcance y de impacto mucho mayor que cualquiera de los medios tradicionales, y con una capacidad de interacción y dinamismo superiores.

Con el objetivo de llegar al ciudadano sin filtros, y con la clara vocación de pasar de una comunicación unidireccional a una bidireccional, el Instituto de Estadística de La Rioja desembarcó hace cinco años en Twitter <https://twitter.com/riojastat> y, más recientemente, en Facebook <https://es-es.facebook.com/pages/category/Government-Organization/Instituto-de-Estad%C3%ADstica-de-La-Rioja-Riojastat-1817576808548471/>

Comunicación con y para todos los ciudadanos, acercarles los datos más relevantes de las diversas operaciones estadísticas oficiales, facilitar el acceso y la asimilación de esta información de un modo ameno y cercano. Y todo ello impulsando la transparencia y la participación.

Estos son los retos y la realidad actual del Instituto de Estadística de La Rioja, en un entorno cambiante y en constante evolución en el que el contenido de interés es el rey y la conversación, la reina. Donde la respuesta en tiempo real es fundamental y donde la mejor improvisación es la que se planifica y se prevé de antemano.

Facebook y Twitter, pero vendrán Instagram, LinkedIn y otras plataformas que aún no están en el imaginario colectivo. Y es que las redes sociales forman parte ya de la realidad cotidiana de los ciudadanos y de nuestro propio instituto como un canal directo y ágil de comunicación con la sociedad, con los que además de informar, hacemos pedagogía.

El mundo 2.0, quizá ya 3.0, no deja de avanzar. Sin duda alguna, los institutos tratamos información de manera rigurosa, pero eso no quita para que adaptemos nuestro lenguaje y nuestra forma de comunicarnos con los ciudadanos a los “nuevos” canales de comunicación. De igual modo, entran en juego diferentes elementos gráficos, como las infografías, donde los datos se presentan de forma simplificada para que la información sea fácilmente interpretable por todos los usuarios. Con ello, se pretende que los datos dejen de ser cifras ininteligibles y llamen la atención entre el aluvión de información que se publica incesantemente.

De todo ello se desprende que los institutos de estadística tenemos que estar donde están los ciudadanos y que las RR.SS. son mucho más que lanzar un mensaje con algún dato de vez en cuando, porque, precisamente, la dificultad está en mantener los perfiles en el tiempo haciendo una buena gestión de los mismos.

En este sentido, a la hora de gestionar las RR.SS., en el Instituto fue clave tener claras las siguientes **cuestiones**:

1. ¿Quién va a gestionar las RR.SS.? Es decir, se designó a las personas encargadas de gestionar el día a día de las RR.SS.

No obstante, se elaboró una Guía de Estilo de alcance interno donde se recogen las pautas que se han de seguir con el fin de que se mantengan siempre los mismos criterios, sin que afecten las vacaciones, bajas, etc. de los responsables de las RR.SS.

2. ¿Qué vamos a publicar? Gracias a la planificación mensual de los contenidos, intentamos publicar contenidos a diario. La gran mayoría hace referencia a los informes que elaboramos puntualmente en el Instituto a partir de las operaciones estadísticas oficiales.

3. ¿Pero qué pasa cuando no hay prevista ninguna publicación? Los datos también hay que “crearlos”. Buscamos ofrecer datos de interés o curiosidades con recursos como “El día de”, “Sabías que”, etc.



Instituto de Estadística de La Rioja - Riojastat

21 de septiembre a las 10:30 · 🌐

¿Sabías que la edad media de los llamados Mateo en España es de 21,1 años y la de las Matea es de 72,8?

<http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm...>

👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

4. ¿Cómo vamos a presentar la información? De acuerdo con la idiosincrasia de cada red social, debe haber una labor de adaptación del lenguaje y de la forma de comunicarnos con los ciudadanos. Si tenemos la posibilidad de explicar los resultados de una encuesta a través de una infografía no por eso es menos serio, lo que resulta es que es más atractivo que si presentáramos los datos tal cual.

Existen distintas páginas webs donde descargar las plantillas pero en el instituto apostamos por la elaboración propia con el fin de imprimir nuestro estilo y amoldar la infografía al tema que se trata, aunque suponga invertir tiempo en ello.

INDICADORES DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN LA RIOJA. Año 2017

Instituto de Estadística de La Rioja

DESI- RIOJA

- La Rioja mejora su **posición global** respecto a 2016.
- Supera la media europea en **Conectividad, Integración de la tecnología digital y en Servicios Públicos Digitales**.
- Destaca el buen resultado del grado de **digitalización de las empresas**.



55,89
La Rioja



56,77
España



53,68
Unión Europea

Accede a información más detallada en nuestra web:
www.larioja.org/indicadores_digitales

IRIS

- La Rioja se sitúa como la **9ª CA** con mayor grado de digitalización.
- **Conectividad** experimenta el mayor avance anual y alcanza el quinto puesto en la clasificación autonómica.
- Un tercio de la población riojana tiene **habilidades digitales superiores** (33,85%). Otro 20%, habilidades básicas (18,88%).

Índice y dimensiones



Fuente: Instituto de Estadística de La Rioja y Eurostat

@riojastat

ENCUESTAS DE OCUPACIÓN TURÍSTICA, LA RIOJA - 2017

Instituto de Estadística de La Rioja



Estancia media 2,0 días



A lo largo de 2017 han venido a La Rioja **833.934 viajeros**, lo que supone un incremento anual del 5,8%. Han generado un total de **1.674.148 pernoctaciones**, con una subida del 6,6%



1.674.148 pernoctaciones

Hoteleras 62,1%



Extrahotelera 37,9%



Apartamentos 8,0%

Casas rurales 5,3%

Camping 23,8%

Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera y Encuestas de Ocupación en Alojamientos Turísticos Extrahoteleros. INE

@riojastat

5. **¿Cuánto tiempo dedicamos a las RR.SS.?** Todo depende de lo que nos queramos “complicar”. Publicar un tuit es rápido, pero buscar y seleccionar el contenido que vamos a publicar requiere dedicación. Además, nuestro trabajo no termina ahí sino que tendremos también que contestar y “conversar” con los ciudadanos.

6. **¿Qué actitud mostramos ante las preguntas, comentarios o críticas?** Tenemos que tener claro que estar en redes sociales, supone asumir que tenemos que contestar y conversar con los ciudadanos.



Estadística La Rioja

@riojastat

Seguir



Así es cómo los ciudadanos y empresas se conectan e interactúan en la Red en **#LaRioja**
#DíadeInternet @lariojaorg @RiojaDigital





Rafa García @leptom · 19 may.

En respuesta a [@riojastat](#) [@lariojaorg](#) [@RiojaDigital](#)

Dónde se puede coger/encontrar la fuente de datos?



Rafa García @leptom · 19 may.

Que estoy dando vueltas por aquí con el móvil y no lo encuentro 😞

larioja.org/estadistica/es



Estadística La Rioja @riojastat · 21 may.

Las fuentes utilizadas son:

- Encuesta sobre equipamiento y uso de TIC en los hogares: ow.ly/8kIN30k61CM

- Encuesta de uso de TIC y comercio electrónico en las empresas de La Rioja:

ow.ly/m1lc30k61Fd

- [@riojastat](#) a partir de datos de la CNMC: ow.ly/f1lp30k61Jh



Rafa García @leptom · 21 may.

Gracias!



Sin duda, lo más complicado a la hora de utilizar dicho canal es la política a seguir en el caso de mensajes malinterpretando los datos y que pueden llegar a dañar la imagen de la institución. Como

cuenta institucional vinculada al Gobierno de La Rioja y su Estrategia Digital, nos guiamos por las normas recogidas en la Guía de usos y estilos en redes sociales:

<https://actualidad.larioja.org/redes-sociales>

Para el instituto, tiene gran importancia contestar siempre que se pueda mediante el mismo canal. Es verdad que infunde miedo el estar tan expuesto a los comentarios de los ciudadanos, que en muchas ocasiones, bajo un seudónimo, se permiten opinar y criticar sin miramientos.



Beni Lago Fdez. @33Lago

Jul 25

¿¿#CalidadDeVida incluye el baremo de #SeguridadCiudadana??
Porque ahí yo diría que suspenden...
¿Bomberos?
¿Transporte Sanitario?
¿Asistencia Hospitalaria?
¿Sigo?

Aun así, de forma educada, concisa y sin entrar en discusiones, se contestan siempre que así se requiera, invitando a utilizar otros canales más adecuados para ampliar las aclaraciones. Si no se contestasen bajo el mismo canal, quedaría oculto al resto de usuarios, lo que podría llevar a malinterpretaciones.

7. ¿Qué nos hace únicos? En el mundo 2.0, en menos de un minuto se lanzan más de 98.000 tuits, se publican más de 2.000 entradas en blogs, y se suben a Youtube el equivalente a 20 horas de vídeo, por lo que el proceso de lectura, asimilación de conceptos y selección se complica. Pues bien, el ciudadano tiene dos opciones: O bien mirar una por una las publicaciones que se hacen, o echar mano de herramientas que le hacen el día a día más fácil en la curación de contenidos, que le ayudan a filtrar, a optimizar y a programar los contenidos que encuentra.

En nuestro Instituto, al igual que esas herramientas digitales, ejercemos como filtro y optimizadores de contenidos (content curation) sobre la estadística oficial de La Rioja para depurarlos y hacerlos más accesibles y cercanos para el ciudadano.

8. ¿Cómo medimos nuestra actividad en las RR.SS.? Gracias a los informes mensuales de seguimiento de la actividad, donde el Gobierno de La Rioja ha definido un sistema de evaluación común para todas las cuentas corporativas que participan en su Estrategia de Comunicación Digital.



@riojastat



Audiencia

Número de seguidores total:

699 +1,2%

Seguidores ganados únicos:

8 +14,3%

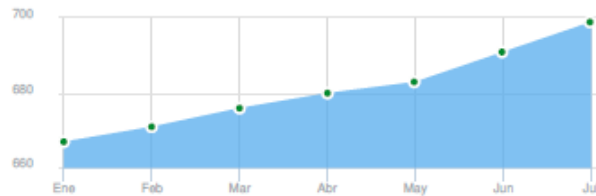
Menciones:

9 +50%

Listas:

49 0%

Evolución de la audiencia



Alcance

Interacciones totales:

24 +4,3%

Porcentaje engagement:

0,1115% +3,2%

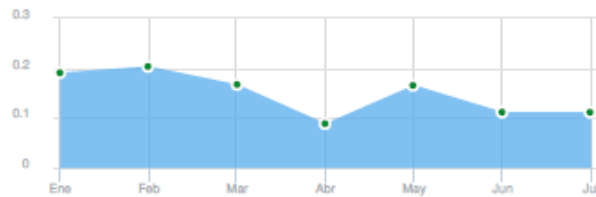
Media de interacciones por tuit:

0,16 +29%

Media de retuits por tuit:

0,1 +31,6%

Porcentaje de engagement



De acuerdo con el Modelo de Gobierno Abierto del Gobierno de La Rioja, todos los datos del Informe de Seguimiento en redes sociales son públicos y pueden consultarse en Internet: <https://actualidad.larioja.org/redes-sociales/informes>

En resumen, si algo está claro es que las RR.SS. han venido para quedarse, que no es una moda pasajera, así que habrá quien se resista pero, tarde o temprano, habrá que subirse al carro. Una vez arriba, toca implicarse y, en la medida de nuestras posibilidades, dedicarles tiempo y recursos porque, de lo contrario, la imagen que proyectaremos será más bien negativa. La recompensa merece la pena. Sólo hay que pararse a pensar en la cantidad de **beneficios** que obtienen tanto los ciudadanos como el propio Instituto, siendo alguno de estos los siguientes:

1. Se ofrece información rápida y actualizada, generando mayor confianza y proporcionando transparencia a los ciudadanos, ofreciendo la oportunidad de desmentir toda información que haya podido ser mal interpretada y solucionar lo antes posible una crisis.

2. Se muestra una actitud cercana, situando a todos los usuarios al mismo nivel, ofreciendo la oportunidad de responder a comentarios o sugerencias, mostrando un evidente esfuerzo por parte del Instituto para aclarar las dudas del ciudadano.

3. Los contenidos son virales, es decir, se expande aún más la información cuando el usuario comparte la publicación en su muro de Facebook, o cuando realiza un retuit.

4. Aumenta nuestra visibilidad, pues el número de seguidores de nuestras cuentas en RR.SS. (sin contar las personas que ven los mensajes a partir de los retuiteos y de los mensajes compartidos) es muy superior a los usuarios que puedan entrar diariamente en nuestra web.

5. Se genera más tráfico a la página web gracias a los enlaces que se incluyen en los mensajes.

6. Las RR.SS. son un termómetro que nos indican cuáles son los mensajes que despiertan más interés entre los usuarios, qué contenidos generan más dudas, etc.

7. Moderniza las habilidades e imagen del Instituto.

8. Mejora el posicionamiento en buscadores.

En definitiva, por encima de cualquier temor, debe prevalecer aquello que las RR.SS. nos aportan, todo lo que nos permiten mejorar y dar mejor servicio porque, parafraseando a Chris Brogan “hay un ser humano detrás de cada tuit, blog y correo electrónico. Recuérdalo”.