

Análisis de Redes Sociales de los Ministerios de Costa Rica setiembre 2012

Los aspectos que se tomaron en cuenta para esta medición y análisis de los sitios de entidades públicas y el Gobierno de Costa Rica son los siguientes:

1. Número de FANS
2. Interacción de la página (este es el análisis más importante)
 - a. Los ciudadanos interactúan en la página?
 - b. Cuál es el tipo de lenguaje utilizado para responder las consultas
 - c. Tienen reglas establecidas para las conversaciones
 - d. Si tienen aplicaciones o pestañas
 - e. Suben contenido multimedia
 - f. Diseño de la página

Institución: Casa Presidencial.

Seguidores: 18,979.

La página de la Casa presidencial tiene interacción de ciudadanos, pero la cantidad de comentarios y “Me Gusta” es baja para la cantidad de seguidores que la página posee, donde expresan tanto puntos de vista a favor, como en contra, y muestran también muchas preguntas. Todos estos comentarios no tiene un seguimiento del administrador o encargado de la página. Ya que ninguno de los comentarios tiene un “Me gusta” o respuesta.

Utilizan un lenguaje culto, popular, formas muy textuales, y mucho del contenido que se comparte proviene de otros medios como: Periódico La Nación, radio reloj, La República entre otros. También del sitio oficial de Casa Presidencial. Pero no interactúan con los ciudadanos, solamente comparten información.

Mantienen un reglamento donde estipula la forma en que se debe interactuar en la página.

Posee actualmente una aplicación llamada “Visita a China” y contiene pestañas con diferente información como: Ministerios, Contacto Directo, En vivo, En la prensa, Documentos, Actualizaciones, Políticas de uso, contacto.

Suben contenido multimedia de importancia como noticias, campañas y cadena nacional. Una observación importante es que las noticias publicadas de manera multimedia tienen menos interacción.

La página no mantiene una unidad gráfica, poseen actualmente un cover y foto de perfil de la campaña Fuerza Costa Rica, pero antes de ese diseño no mantienen un cover con algún concepto, si no que utilizan fotografías. En la página las noticias y videos es el único material gráfico.

Página: Laura Chichilla.

Seguidores: 59,253

Una interacción mayor a la de la casa presidencial, ya que mantienen un contenido muy parecido. Se determina una mayor cantidad de comentarios, donde los ciudadanos comparten su punto de vista, y sus preguntas. No se recibe una retroalimentación por parte del administrador de la página.

Utilizan un lenguaje culto, muy textual, donde la información es un resumen de la noticia que desean dar a conocer. Y la información es tomada de medios y del sitio oficial de la Casa Presidencial. No se responden preguntas ni consultas, y existe una falta de seguimiento de los comentarios.

No aparece ningún reglamento o políticas de uso, de la página.

No utilizan aplicaciones y tiene solamente una pestaña donde se comunican los logros realizados en el gobierno.

El contenido multimedia, son videos con noticias o campañas o la cadena nacional. No se comparte ningún otro tipo de contenido.

El diseño de la página es simple, no tienen una unidad gráfica o algún concepto.

Institución: Ministerio de Relaciones Exteriores y Cultura.

Seguidores: 8. 785.

Tiene una baja interacción de ciudadanos, pocos comentarios y “Me Gusta” en las publicaciones de la página.

Un lenguaje culto, textual, breve en las publicaciones, pero no dan respuesta a los comentarios o dudas de los seguidores. Las publicaciones son informativas, y relacionadas directamente a temas que la página trata.

No existe un reglamento para controlar la interacción de la página.

No tiene aplicaciones y contiene dos pestañas una de bienvenida y una en vivo.

El material multimedia es poco, y son noticias y entrevistas que tratan temas relacionadas a las funciones o temas que trata el ministerio.

El diseño de la página es muy simple, no posee cover, ni ningún concepto. Poco apoyo gráfico.

Institución: Ministerio de Seguridad Pública.

Seguidores: 1.879

Posee una baja interacción de los ciudadanos, en las publicaciones no se presenta

muchos comentarios o “Me gusta”. La interacción son opiniones o consultas.

Un lenguaje culto y popular, la forma en que responden es adecuada, el tiempo de respuesta en promedio tarda entre 45 minutos a un día después de la consulta que se presenta en el perfil. Y presenta una forma muy textual e informativa en el lenguaje que utilizan en las publicaciones.

Poseen un reglamento llamado Reglas de Cordialidad, donde estipulan cómo debe ser el comportamiento al seguir la página.

Contiene viñetas donde aparece el reglamento, twitter, youtube, ustream. Específicos de la institución.

El contenido multimedia es poco, videos donde se tratan e informan temas relacionados a la institución.

El diseño de la página, mantienen una unidad gráfica, pero simple, las publicaciones mantienen un mismo formato, utilizan el logo, tanto en la foto de perfil como en los covers. No utilizan fotografías para informar.

Institución: Ministerio de Hacienda.

Seguidores: 2.909.

Mantiene muy poca interacción de los ciudadanos, la mayoría de las publicaciones no tienen comentarios o “Me gusta” por parte de los seguidores.

Un lenguaje formal, muy estructurado en las publicaciones, donde solamente se informan actualizaciones del ministerio o noticias relacionadas a la institución. No existe interacción con los seguidores, ni seguimiento a los comentarios o preguntas.

No poseen reglamento, y las viñetas que poseen, no están actualizadas, produciendo un error a la hora de abrirlas.

Muy poco material multimedia el cuál son noticias o entrevistas, y no se utilizan imágenes por lo que mantiene en su mayoría publicaciones textuales.

Un diseño de la página muy simple, sin concepto, ausencia de cover, no posee una unidad gráfica o ningún tipo de material gráfico que informe.

Institución: Ministerio de Educación Pública.

Seguidores: 6.210.

Los usuarios interactúan en el muro de la página, con consultas, quejas, comentarios, e información, pero existe una baja interacción en las publicaciones de la institución.

Un lenguaje culto y formal en las publicaciones, no hay una interacción por parte del administrador de la página, todas las consultas y comentarios no tienen respuestas, y son pocas las publicaciones de la institución, en la página aparecen más que todo las interacciones de los seguidores en el muro.

No poseen un reglamento y solamente una viñeta de bienvenidos.

Poco material multimedia, siendo la cadena nacional lo que más comparten. Publicaciones textuales e informativas.

Un diseño de la página simple, sin material ni unidad gráfica, no manejan fotografías o materiales donde se destaque la información.

Institución: Ministerio de Obras Públicas y Transportes

Seguidores: 7.393

Una interacción buena de los ciudadanos, aparecen muchas consultas en el muro de la página, y una menor cantidad en las publicaciones de la institución.

Un lenguaje popular a la hora de responder, una respuesta positiva en cuanto a tiempo de reacción de las consultas en el muro, pero no un buen seguimiento en los comentarios o consultas en las publicaciones de la institución. Quedando muchos comentarios sin responder.

No aparece ningún reglamento en la página de condiciones de uso. Entre las viñetas aparece: una de videos, notas, y bienvenidos, las cuáles no están actualizadas.

Si utilizan material multimedia, de campañas, noticias. Sin embargo la mayoría del material publicado son noticias de otros medios, o publicaciones textuales, utilizan pocas imágenes como complementos de información.

Un diseño de la página básico, sin ninguna unidad gráfica, poco material atractivo gráficamente, ausencia de cover, y saturación de publicaciones textuales.

Institución: Ministerio de economía, industria y comercio.

Seguidores: 2.796

Muy poca interacción, a pesar de tener el muro abierto, no se observan muchas consultas o comentarios. Y una interacción casi nula en las publicaciones de la institución.

Un lenguaje formal, las publicaciones son muy textuales e informativas, no hay interacción ni seguimiento por parte del administrador. Falta de respuestas.

No aparece un reglamento o condiciones de la página. Posee viñetas entre ellas: una donde aparecen los últimos eventos, otra de twitter, bienvenido y en vivo, todas muy simples en cuanto diseño.

Utilizan material multimedia, con noticias, cadena nacional, e información relacionada a la institución. Aparecen pocas publicaciones con fotografías, y muestran diferentes actividades apoyadas con imágenes.

Un diseño de la página simple, sin ningún concepto ni unidad, la mayoría de las publicaciones son textuales sin apoyo gráfico.

Institución: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Seguidores: 1.797.

Existe muy poco interacción de los ciudadanos en las publicaciones de la página, se muestran pocas consultas en el muro el cuál esta abierto, y los seguidores comparten información.

Un lenguaje popular, en las publicaciones las cuales en su mayoría son noticias relacionadas a las funciones de la institución e información de situaciones actuales. Comunican algunas actividades organizadas por la institución. No existe una verdadera interacción del administrador de la página, poco seguimientos, y pocas respuestas a comentarios con un lenguaje popular.

No muestran ningún reglamento de cómo interactuar en la página, y poseen solamente una viñeta de Bienvenidos, la cuál muestra un diseño simple para invitar a las personas a ser parte de la página.

No utilizan material multimedia, solamente noticias de otros medios y del blog de prensa, utilizan fotografías donde muestran algunas actividades y algunos artes gráficos para anunciar los próximos eventos.

Un diseño de la página simple, sin unidad gráfica, no manejan ningún concepto, ausencia de cover y material gráfico para apoyar la mayoría de las publicaciones.

Institución: Ministerio de Salud.

Seguidores: 1.797.

La página no tiene mucha interacción de los ciudadanos, el muro al permanecer abierto permite que los mismos consulten y compartan información. En las publicaciones de la institución no se muestra una buena interacción, muy pocos comentarios.

Un lenguaje formal, muy textual donde comparten noticias y datos de interés y temas que tratan la institución. No existe una interacción del administrador hacia los comentarios y consultas. Y no existe un seguimientos.

No poseen reglamentos o condiciones de la página, tampoco aplicaciones y solamente una viñeta de Bienvenida, que muestra una gráfica simple.

Utilizan poco material multimedia, y este trata temas como estadísticas y logros de la institución y comunican también la cadena nacional.

Un diseño muy simple, donde las publicaciones en su mayoría poseen mucho texto, poco material gráfico o fotografías para apoyar la información. No poseen una unidad gráfica o concepto. Utilizan fotografías en el cover.

Institución: Ministerio de Trabajo y Seguridad.

Seguidores: 11.649.

Una interacción de los ciudadanos buena, aparecen muchas consultas, quejas, y comentarios hacía las publicaciones de la institución y en el muro del mismo.

Existe interacción de la institución, con la respuesta a comentarios o consultas pero no de manera inmediata., duración de hasta dos días para una respuesta. No todos los comentarios tienen seguimiento o respuesta, el lenguaje que utilizan para contestar es popular.

No existe un reglamento de la página, y muestran viñetas las cuáles contienen eventos y notas de la institución.

Utilizan poco material multimedia, y el que publican es la cadena nacional. Entre las publicaciones en su mayoría son noticias, pocas fotografías en las publicaciones, y poco material gráfico para anunciar actividades o información.

Un diseño simple, sin aportes gráficos, un cover que muestra una fotografía. No posee un concepto. Las publicaciones no tienen unidad gráfica. Poco material gráfico para apoyar la información de la institución.

Institución: Ministerio de Hacienda y Asentamientos Humanos

Seguidores: 1. 142.

Muy poca interacción de los ciudadanos, pocos comentarios en las publicaciones de la institución. El muro está abierto, se muestran pocas consultas o comentarios por los seguidores.

Una interacción de la página baja, poca respuestas a comentarios, y duración hasta de tres días. Poco seguimiento a comentarios o consultas, ausencia de respuestas. Utilizan un lenguaje popular.

No aparece un reglamento o condiciones de la página y muestran solamente una viñeta de Bienvenidos.

Utilizan poco material multimedia, muestran algunos de los videos de cadena nacional. Apoyan alguna de su información con fotografías, las publicaciones en su mayoría son noticias, actividades de la institución, e información actual de sus objetivos y logros.

La página no posee un concepto ni unidad gráfica, utilizan fotografías básicas para el cover de la página. Poco apoyo gráfico para las publicaciones.

Institución: Ministerio de Turismo.

Seguidores: 224.359.

Mucha interacción de la página, tanto se seguidores nacionales como internacionales, muchos comentarios en las publicaciones y “Me gusta”. Muchos comentarios positivos, y los seguidores comparten muchas experiencias e historias. En el muro los seguidores publican servicios, hoteles, lugares turísticos, productos nacionales e información relacionada con Costa Rica. Reciben comentario en inglés y español.

La interacción de la página es buena con las publicaciones, pero no existe un seguimiento en los comentarios de los seguidores, ni respuestas a la consultas que se presentan en el perfil. El lenguaje es popular, y utilizan el inglés como idioma principal de la página.

No tiene un reglamento, si tiene viñetas que invitan a los seguidores a visitar a Costa Rica con información y videos.

Utilizan poco material multimedia, si apoyan con fotografías todas las publicaciones de la página e información. Utilizan poco texto y más imágenes.

La página tiene una unidad gráfica y un cover diseñado que va acorde a la institución. Apoyan sus publicaciones con fotografías, frases y material gráfico que la hacen más atractiva.

Institución: Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Seguidores: 2.964.

Poca interacción e interés por los ciudadanos en las publicaciones de la institución. El muro muestra actividades e información que comparten los seguidores, esta información es mayor que comentarios o consultas de los mismos.

La página permanece activa, con publicaciones donde muestran tanto información como invitaciones de interés para los seguidores de la página. No existe un seguimiento a consultas, comentarios e información por parte del administrador de la página.

No tienen reglamento, y poseen viñetas de bienvenida y en vivo, pero no están actualizada y otra con el nombre de talento joven, la cuál hace un enlace al club de talento joven, sin embargo no se indica donde hacer clic para acceder a la página.

La página tiene un diseño simple, poco material y apoyo gráfico. Las publicaciones no tienen una unidad gráfica. Y tanto la foto de perfil como covers no manejan conceptos.

Institución: Ministerio de Juventud y Cultura.

1. Seguidores: 23.292.

2. Poca interacción de los ciudadanos comparado con la cantidad de seguidores que tiene la página. La interacción se presenta en el muro de la página de la institución y las

publicaciones poseen pocos comentarios y “Me Gusta”.

Utilizan un lenguaje popular en las publicaciones, no realizan un seguimiento a los comentarios o consultas. Pocos comentarios tienen respuestas y no son inmediatas.

No tienen reglamento establecido para la página, no poseen aplicaciones y solamente dos viñetas uno donde se pueden observar videos de actividades y conciertos de la institución y otra de notas con información de la institución.

El diseño de la página es sencillo, no mantienen unidad gráfica, si utilizan material gráfico para publicar conciertos o actividades y este mismo arte es utilizado en los covers de la página. Comunican información de otras instituciones ligadas a la institución . Pocas fotografías y material multimedia en las publicaciones.

Institución: Ministerio de comercio exterior.

Seguidores: 23.292.

No posee mucha interacción por parte de los ciudadanos. La interacción mayormente es que comparten información en el muro de la institución. Las publicaciones de la institución no poseen mucha interacción por parte de los seguidores.

Utilizan un lenguaje culto, muy textual, las publicaciones son en su mayoría informativas, donde destacan noticias relacionadas a temas a trata por la institución. No existe seguimiento de los comentarios, ni respuestas a la mayoría de las consultas.

No aparece un reglamento o condiciones para el uso de la página. Manejan un formulario de contacto, además viñetas donde se puede acceder a videos, comunicados de prensa, actividades, twitter.

En el diseño de la página las publicaciones no poseen una unidad gráfica, sin embargo utilizan un cover diseñado acorde las funciones de la institución. Utilizan pocas fotografía y apoyo gráfico para las publicaciones.

Resumen:

Tras un análisis de todas las páginas de la instituciones del gobierno, se eligieron las 3 mejores y las 3 peores.

Mejores Instituciones en el manejo del perfil de Facebook.

1. Turismo:

La página de Turismo llamada *Visit Costa Rica*, es la que presenta un mejor manejo, posee gran interacción, logra captar la atención de los seguidores con las publicaciones ya que son muy gráficas y no textuales. Permiten la interacción de los ciudadanos con el muro abierto, y es para los ciudadanos un espacio para compartir servicios o información turística. Por lo que cumple la función principal de una institución de este tipo: la

interacción. Es la única página que mantiene un diseño en el cover correcto, y una unidad gráfica.

2. Ministerio de Seguridad Pública:

Una de las páginas que tiene mejor respuesta ante comentarios y consultas, a pesar de que no lo cumple de la mejor manera, responde e interactúa con los ciudadanos. Además posee diferentes pestañas con información valiosa para los ciudadanos. Falta mucho en el diseño y mejora en el manejo de información, pero cumple de una manera básica las necesidades de los ciudadanos.

3. Casa Presidencial:

Es una de las páginas del gobierno con mayor interacción, la información publicada recibe mucha retroalimentación por parte de los ciudadanos. Han implementado aplicaciones. Y cumplen con su objetivo el cual es informar. Sin embargo el seguimiento es muy poco. Y falta implementar la parte gráfica.

Peores instituciones en el manejo del perfil de Facebook.

1. Ministerio de Juventud y Cultura:

Una institución que puede aprovechar mucho el material e información a publicar, además de aportes gráficos, material multimedia, audio. No ha logrado una verdadera interacción con los ciudadanos, ni comunicar de la mejor manera la información y actividades de la misma. Su función es incentivar a los ciudadanos a interesarse por la cultura, y eso no se ve reflejado en la página.

2. Ministerio de Salud:

Una página que no posee una interacción positiva, sin aportes gráficos, ni seguimiento a las opiniones de los ciudadanos. Publicaciones muy textuales, y utilizan solamente noticias. No interactúan con los seguidores de ninguna manera. Ni comparten datos de interés relacionados a temas de salud o materiales que puedan ser de gran valor informativo.

3. Ministerio de Hacienda y Asentamientos Humanos:

Una institución, que no tiene interacción. Donde el manejo de información es muy textual. No posee diseño gráfico ni material gráfico. No dan un seguimiento a consultas o comentarios. No publican diariamente.

Recomendaciones:

Se pudo concluir que la mayoría de las páginas de las instituciones del gobierno, manejan

su estrategia digital de una manera incorrecta. Si bien es cierto que deben informar, la apertura de estas páginas debería de tener como objetivo principal la interacción entre institución - ciudadano y en su mayoría no la existe o bien informar con temas relacionados a su campo específico.

Un medio donde la parte visual influye mucho en la atención de los seguidores, todas las instituciones deberían considerar un mejor manejo en su información, y contenido de publicaciones, ya que lo que se quiere es lograr que la información llegue al ciudadano de una manera diferente e innovadora para la participación.

Cada institución trata temas de gran interés social, por lo que darle un valor agregado a la página es importante. No solamente informar, si no lograr interactuar con preguntas hacia los ciudadanos, estadísticas representadas de manera innovadora con infografías, datos de interés. Todo esto debería ser tratado de una forma que logre que los ciudadanos no lo vean como simple información.

El principal objetivo del gobierno digital es el alcance de recursos y servicios mediante plataformas digitales y que mejor que las redes sociales, pero este recurso NO ES APROVECHADO de manera correcta por las instituciones públicas, falta de profesionalismo y especialización en el manejo de los contenidos de las diversas redes sociales.

Lo más importante es lograr innovar no ser solamente un portal de información, la cual se puede encontrar en otros medios, si no lograr que esta información llegue al ciudadano de otra manera, que cause impacto, que permita una retroalimentación, que sea compartida por el seguidor. Existen muchas maneras de manejar la información y es un medio que lo permite. Importante destacar que las opiniones, consultas e interacción es lo que va lograr que estas páginas crezcan, por lo que un buen manejo de esto, puede permitir que los ciudadanos se sientan protegidos, entendidos, o por lo menos escuchados.

Créditos:

Empresa: BIO Interactive

Web: www.bio.cr

Edgar Natusch, Social Media Director

Priscilla Mendez, Community Manager de BIO Interactive