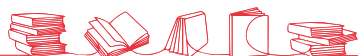


**EL INSTITUTO CERVANTES EN INTERNET**



## Presencia del Instituto Cervantes en internet

En estos últimos años, la digitalización ha cambiado profundamente nuestra experiencia vital, cultural y de aprendizaje no solo en términos de acceso, producción y difusión basados en las nuevas tecnologías, sino también en lo que concierne a la participación, la creación y la cooperación en nuestra sociedad.

Las redes sociales resultan ser una forma fácil, rápida y directa de contactar con la ciudadanía y de aportar información, entretenimiento y servicios, y ofrecen, también en el marco de las Administraciones públicas, una aproximación a nuestros públicos más fresca, más humana, más visual y cercana.

Aunque las ventajas que el uso de las herramientas digitales nos proporciona a las instituciones en el cumplimiento de nuestros objetivos son evidentes, no hay que olvidar que las redes sociales deben ser bidireccionales y, por tanto, convertirse en el cauce para establecer nuevas formas de relación con la ciudadanía, para facilitar la mejora de los servicios —pues son canales de comunicación directa— y, sin duda, para atender las necesidades de las personas a través de la escucha activa e implicarlas, así, en procesos de cocreación y participación que hagan del logro de nuestra misión un objetivo colectivo.

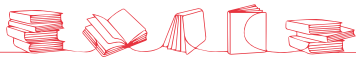
Más del 59 % de la población mundial es, con un tiempo medio de uso de unas dos horas y media al día, usuaria de redes sociales (unos 4.760 millones de personas), por eso el Instituto Cervantes tiene en estas plataformas una de las bases de su comunicación digital; así, nuestros espacios —en Google, Facebook, Instagram, iVoox, Pinterest, Spotify, Telegram, Twitter, Vimeo, YouTube o WhatsApp, entre otros, o en redes más locales como Douban, Mixi, VKontakte, Weibo o Youku— configuran una comunidad unida en torno a la lengua y la cultura en español de más de 1.930.000 personas en todo el mundo.

A todas ellas hemos dedicado en nuestras principales redes sociales más de 49.000 publicaciones que han generado 2,85 millones de interacciones, logrando que los contenidos del Instituto Cervantes se hayan mostrado en todo el mundo más de 79 millones de veces.

Destaca Facebook, que sigue encabezando el *ranking* de redes sociales más populares: en este curso 2022-2023 continúa siendo el canal con más audiencia en la red de centros del Instituto Cervantes, que dispone de 79 páginas y más de 1.110.000 seguidores en esta red: un incremento del 7 % con respecto al curso pasado. Y Twitter, donde ya se alcanzan más de 463.000 seguidores entre las 54 cuentas oficiales del Instituto Cervantes, lo que implica un crecimiento del 1 %.

También la presencia en Instagram continúa aumentando: más de 180.000 usuarios (un 38 % más) siguen la actividad de nuestra institución a través de 58 perfiles de empresa. Y además se ha incrementado notablemente nuestra participación en YouTube —donde estamos presentes con 50 canales y más de 82.000 suscriptores (un 24 % más que el año anterior)— y en LinkedIn, con siete perfiles y hasta un total de 97.000 seguidores, con un incremento del 21 %.

Además, a lo largo de 2022-2023 han sido difundidas en nuestros espacios sociales digitales las actividades académicas y culturales del Instituto Cervantes: homenajes, conferencias, cursos, exposiciones, cuentacuentos, clubes de lectura o encuentros con creadores en todo el mundo se han desarrollado no solo en nuestros espacios físicos, sino de forma híbrida a través de los medios sociales; y así, como ejemplos, uno de los contenidos tradicionalmente más compartidos en redes por nuestros usuarios, *El español en el mundo. Anuario del Instituto Cervantes 2022*, y las sesiones y debates de la cita panhispánica por excelencia, el Congreso Internacional de la Lengua Española —que celebró este año su novena



edición en la ciudad de Cádiz—, pudieron seguirse en tiempo real a través de las redes sociales y están disponibles íntegramente en YouTube.

Pero no solo se trata de trasladar a los canales digitales las conmemoraciones y efemérides más señaladas del curso —como el Día Europeo de las Lenguas, en el marco de la participación del Instituto Cervantes en la Feria del Libro de Fráncfort, o el centenario del estreno de *El retablo de maese Pedro* de Manuel de Falla—, se han desarrollado campañas creadas exclusivamente para redes sociales, como la dedicada en Instagram al primer #DíadelCómic, y se han creado contenidos específicamente para su consumo en plataformas sociales: ciclos de cine y de videodanza para nuestro canal en Vimeo; proyectos colaborativos entre varios centros de nuestra red con vídeos en YouTube y pódcast en iVoox como el #FestivalDosVecesBueno de microrrelatos y la Semana Internacional de las Letras en Español #Benengeli2023; o las Jornadas de Diplomacia Digital, realizadas en colaboración con el MAEC, son solo algunos ejemplos.

En el Instituto Cervantes aprovechamos las oportunidades que nos brindan las tecnologías para fortalecer la labor de nuestra institución y para enriquecer el fructífero diálogo con nuestra comunidad, y por ello, y gracias a la financiación Next Generation de la Unión Europea y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España, estamos inmersos en un Plan de Digitalización —recogido también en el PERTE Nueva Economía de la Lengua— que, entre otros proyectos, incluye un ambicioso proceso de reorganización y optimización de toda nuestra comunicación digital.

En este sentido, a lo largo de 2023 el Instituto Cervantes ha estrenado un nuevo portal institucional, más usable y accesible, en el dominio cervantes.org, en el que se verán, en los años venideros, los frutos de los esfuerzos de la institución por llevar a cabo una transformación integral de sus canales, sus productos y sus servicios digitales que logre hacer del español y la cultura en español símbolos de la diversidad, la inclusión, la convivencia y, por tanto, del futuro, forjando alianzas, creando comunidades activas y diseñando experiencias satisfactorias para los ciudadanos de todo el mundo.