

Socialinking

Una nueva manera de medir la difusión de la información

LUIS PARRA MEIXUEIRO y EDMUNDO BERUMEN OSUNA



Han desplazado de forma irrevocable y contundente al quiosco de los periódicos y a los cafés como sede del debate sobre las ideas más importantes del país y del mundo. Las redes sociales, debido a su interactividad en tiempo real, son ahora el lugar donde la información se comparte, se difunde, se esparce, se viraliza y se almacena. Partiendo de esa tesis, los autores nos dimos a la tarea de crear una herramienta que pudiera aprovechar este intercambio de información para otorgar datos fidedignos sobre el volumen de la difusión de la información y sus particularidades.



El *socialinking* nació de la necesidad de contar con nuevas herramientas para cuantificar y tener una base de datos confiables sobre cómo la gente percibe la información que producen los medios a través de las redes sociales. El programa, diseñado por el equipo de la empresa informática Baktun, adjunta a Berumen y Asociados, permite conocer a través de un listado de los medios de información más importantes tanto a nivel nacional, como dentro de los estados de la República, cuántas de sus noticias (*links* o *url's*) se comparten en las redes sociales y con qué frecuencia.

Con esta información elaboramos un diagrama que es a la vez un mapa. Éste nos permite observar en tiempo real, la frecuencia y el volumen de publicaciones que tiene un medio de información en las redes sociales, y en sí, resulta una herramienta de enorme utilidad para conocer cuáles son los principales intereses del pensamiento humano, al momento de difundir la información en sitios como Facebook y Twitter, entre otros.

El *socialinking* permite a su vez realizar estudios detallados para revisar estrategias de comunicación, campañas de publicidad, promoción de productos y así medir y calificar su efectividad reflejadas en el volumen con que los usuarios de las redes sociales hacen **mención** de éstos o **los comparten**.

¿Quién es quién en la información?

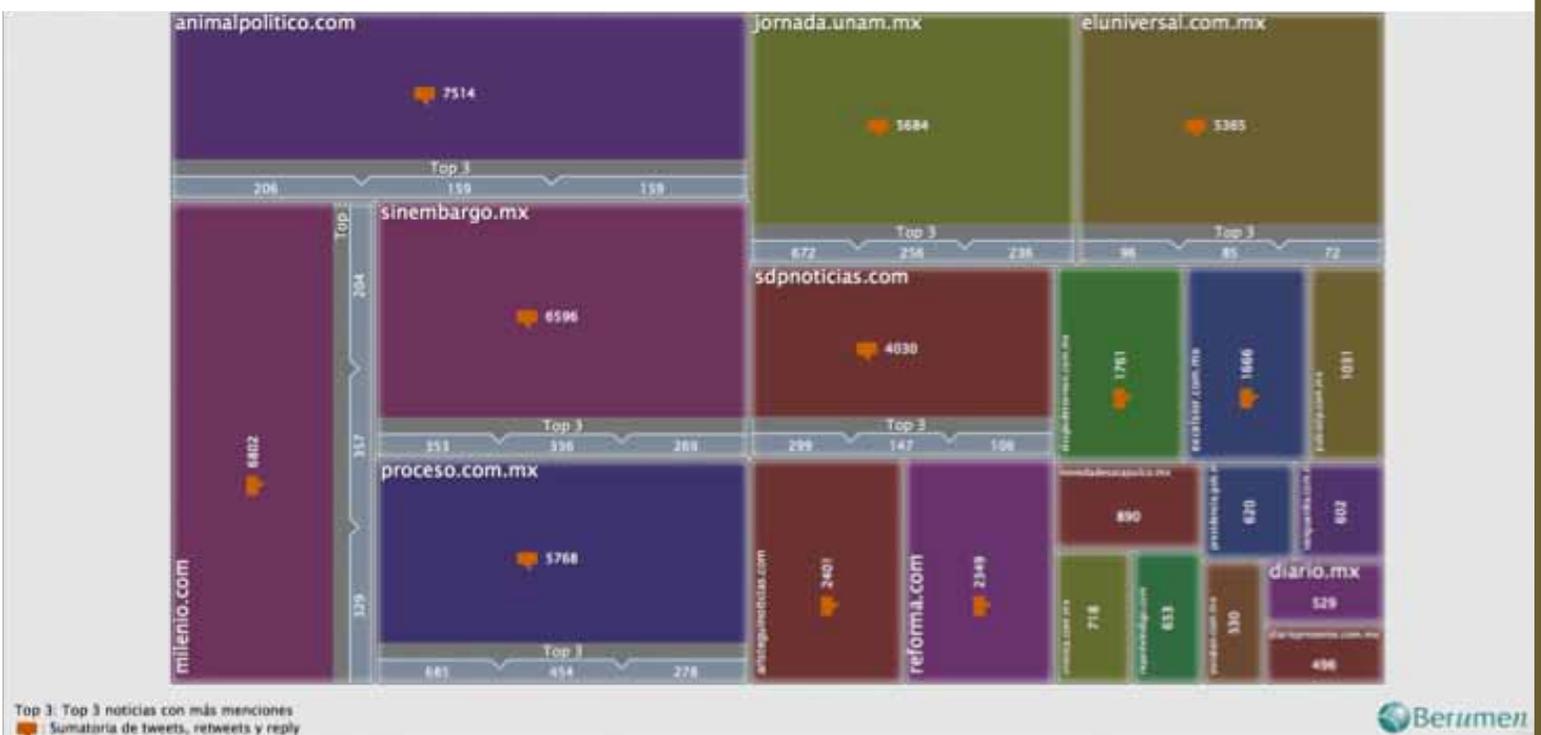
En el aspecto político, las mediciones de *socialinkin* permiten conocer si los programas de gobierno, las páginas de Internet, la comunicación social y la publicidad de las secretarías y administraciones estatales están siendo difundidos y visitados por la gente, o son simplemente ignorados en las redes.

Pero también crea un cierto morbo por el hecho de conocer cuál de los funcionarios públicos y dependencias figura más entre los temas y la información que se difunde en las mismas; es decir, nos puede dar unas cifras reales sobre la popularidad de tal o cual funcionario o dependencia en un periodo establecido previamente.

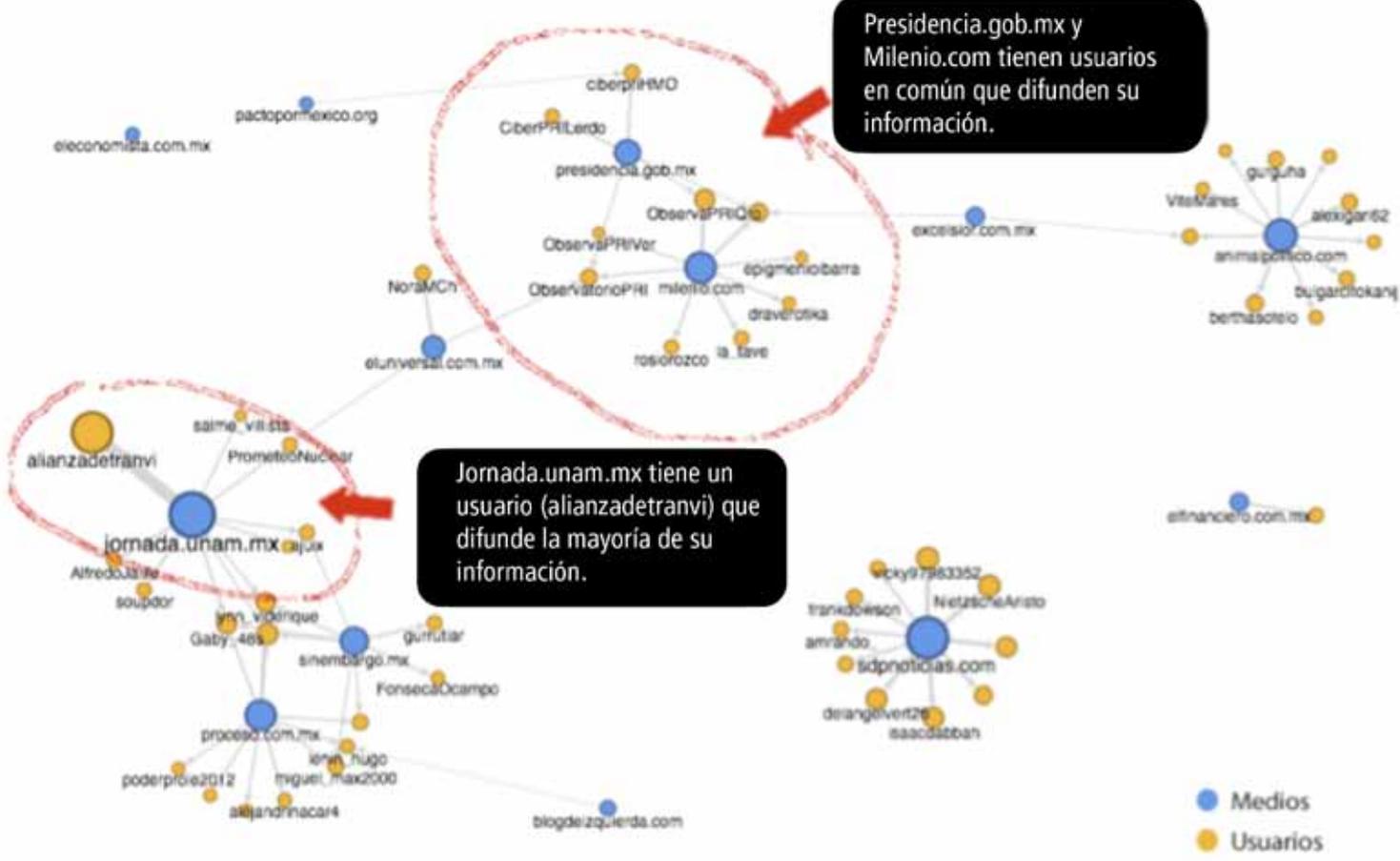
Mapa de árbol que muestra las 25 noticias más mencionadas durante una semana (del 4 al 10 de febrero) con indicadores que hacen referencia a la suma de menciones de las noticias.



Mapa de árbol que muestra los 20 medios digitales más mencionados durante una semana (del 4 al 10 de febrero) con indicadores que hacen referencia a la suma de menciones que tienen las noticias de cada medio.



Análisis de usuarios que "tuitean" información en cada medio



Luis Parra Meixueiro. Es escritor, periodista y analista de temas políticos, económicos y sociales. Columnista del periódico NOTICIAS, Voz e imagen de Oaxaca, y analista para Reporte Berumen/SinEmbargo en sinembargo.mx. Publicó su novela Serpiente de Piedra (Prado, 2009) y el poemario La Gloria de los Reptiles (editorial Pharus, 2011), bajo su seudónimo Saúl Díaz Parra. Actualmente estudia economía en la UNAM. Le va al Puebla y usa más su Facebook que Twitter.
Twitter:@luisparramei

Edmundo Berumen Osuna. Tiene más de 18 años de experiencia aplicando tecnologías de información para resolver necesidades de negocio dentro del ámbito de la investigación, telecomunicaciones y herramientas de colaboración. Su pasión y motor: la familia. Su meta: aprovechar la TI para aportar soluciones que ayuden a resolver problemas de negocio y que impacten el "work-life balance" de sus usuarios.