

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?

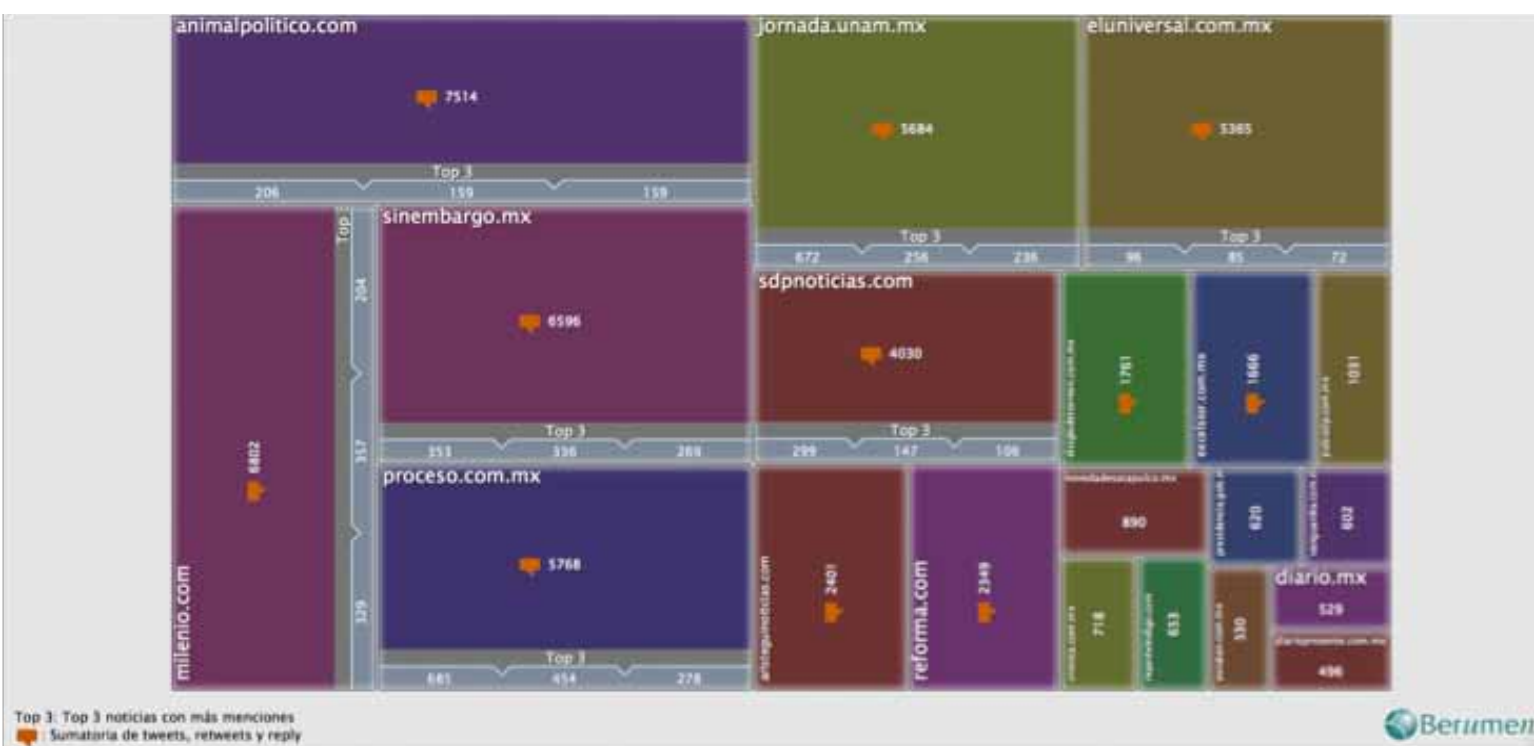
En el aspecto político, las mediciones de *socialinkin* permiten conocer si los programas de gobierno, las páginas de Internet, la comunicación social y la publicidad de las secretarías y administraciones estatales están siendo difundidos y visitados por la gente, o son simplemente ignorados en las redes.

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.



Así podemos verificar si las noticias relativas al jefe de Gobierno del Distrito Federal son más difundidas que las del presidente, o viceversa. E incluso se puede conocer si un funcionario del gabinete produce más volumen de información que el propio titular del Ejecutivo.

Desnudar bots y sectarios en las redes

La herramienta de *socialinking* nos ha permitido también ubicar, de entre los usuarios de redes sociales, a quienes publican a través de un url las noticias que más se difunden. Esta herramienta nos permite entonces conocer un mapa detallado de quiénes son los usuarios de las redes que con más frecuencia publican las notas de los medios de comunicación.

El análisis ha sido sorprendente, es como un plano que indica a la perfección dónde se ubican las creencias y convicciones políticas de los actuales mexicanos. Es interesante conocer a los usuarios que más difunden las noticias de un determinado sitio u otro, y encontramos que quienes tienen una conexión con una ideología, también la tienen con un medio, como es el caso de los tuiteros que más difunden la información del sitio de la presidencia (Presidencia.gob.mx), quienes también difunden la información de sitios como Milenio.com.

En otro sector de la difusión de los *links*, se encuentran los usuarios identificados con medios como sdp.noticias o Blogdeizquierda, y muchos más con la Jornada.unam.mx. También se observa entre el universo de las redes un sector de usuarios que prefiere difundir la información de sitios más críticos y libres, no alineados a proyectos políticos, como lo son Proceso y sinembargo.mx, los cuales comparten una buena sección de usuarios en común.

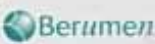
Para este muestreo, por ejemplo, se tomó como una referencia a los usuarios de las redes sociales que difunden más de 30 *tweets* o “*shares*” de Twitter y Facebook, respectivamente, de un sitio o medio de información determinado previamente en la lista de medios seleccionados, que tienen más volumen de información compartida con la red.

Así, las redes sociales son una herramienta de vanguardia que nos permite algo más que difundir nuestras ideas, videos, música o sitios favoritos. Son también una herramienta de vanguardia que nos permite determinar dónde y con quién están ubicadas las tendencias del pensamiento humano, y hacia dónde se moverán en un futuro.

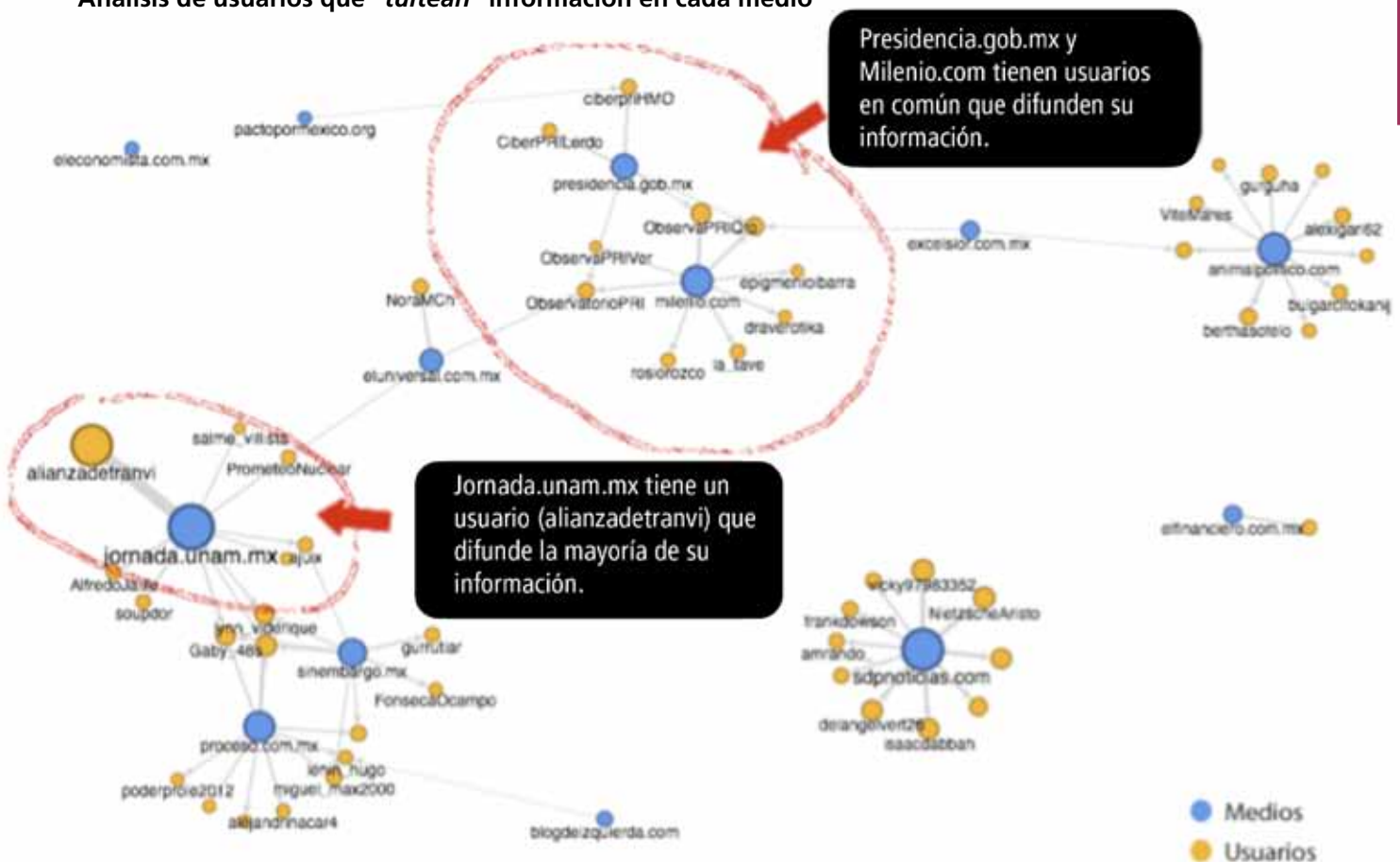
Mapa de árbol que muestra los 70 hashtags más mencionadas durante una semana (del 4 al 10 de febrero) con indicadores que hacen referencia a la suma de menciones que tienen.



Top 3: Top 3 noticias con más menciones
 Sumatoria de tweets, retweets y reply



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.