Twitter y Medios

data/social

índice /

0 Introducción

1 Cómo se relacionan los medios en Twitter

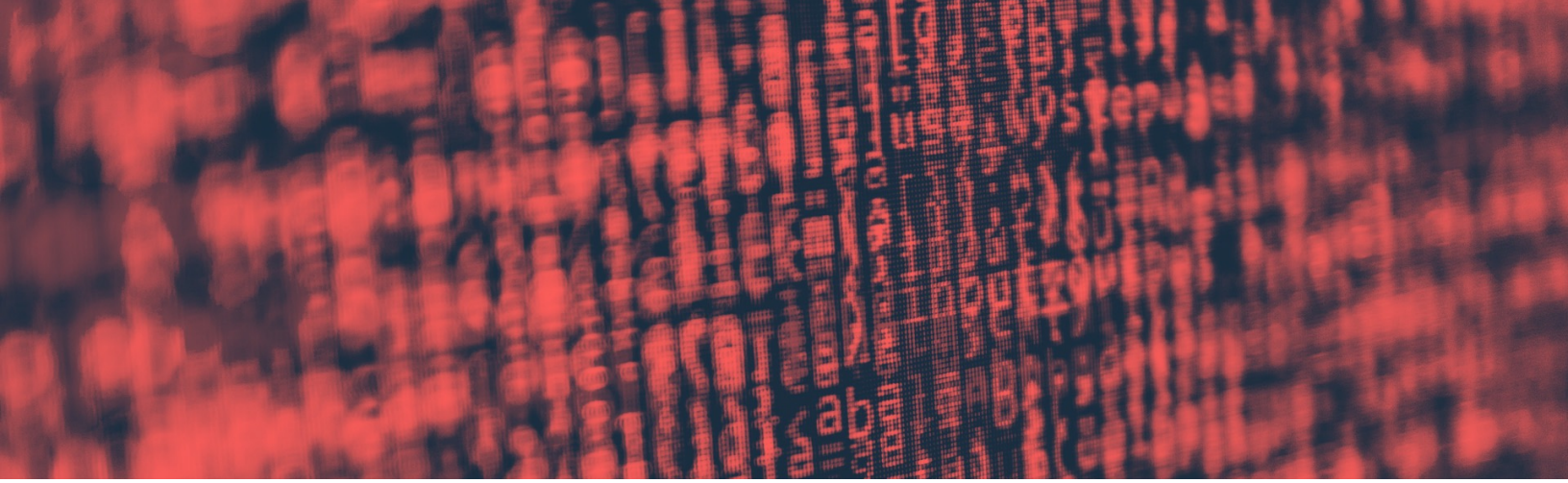
2 Los que más han crecido en 2017

3 Contenido transversal: links y dominios

Objetivos del estudio /

Twitter es sin duda uno de los grandes espejos de la sociedad y un catalizador de las opiniones.
En este documento se estudiará la actividad de los principales medios de comunicación de España en Twitter para tratar de entender esta comunidad.
Mediante el uso de contexto.io y graphext.com el equipo de datasocial y graphext han analizado sus relaciones e interacciones para comprender quién forma éstas comunidades y cómo se comportan.

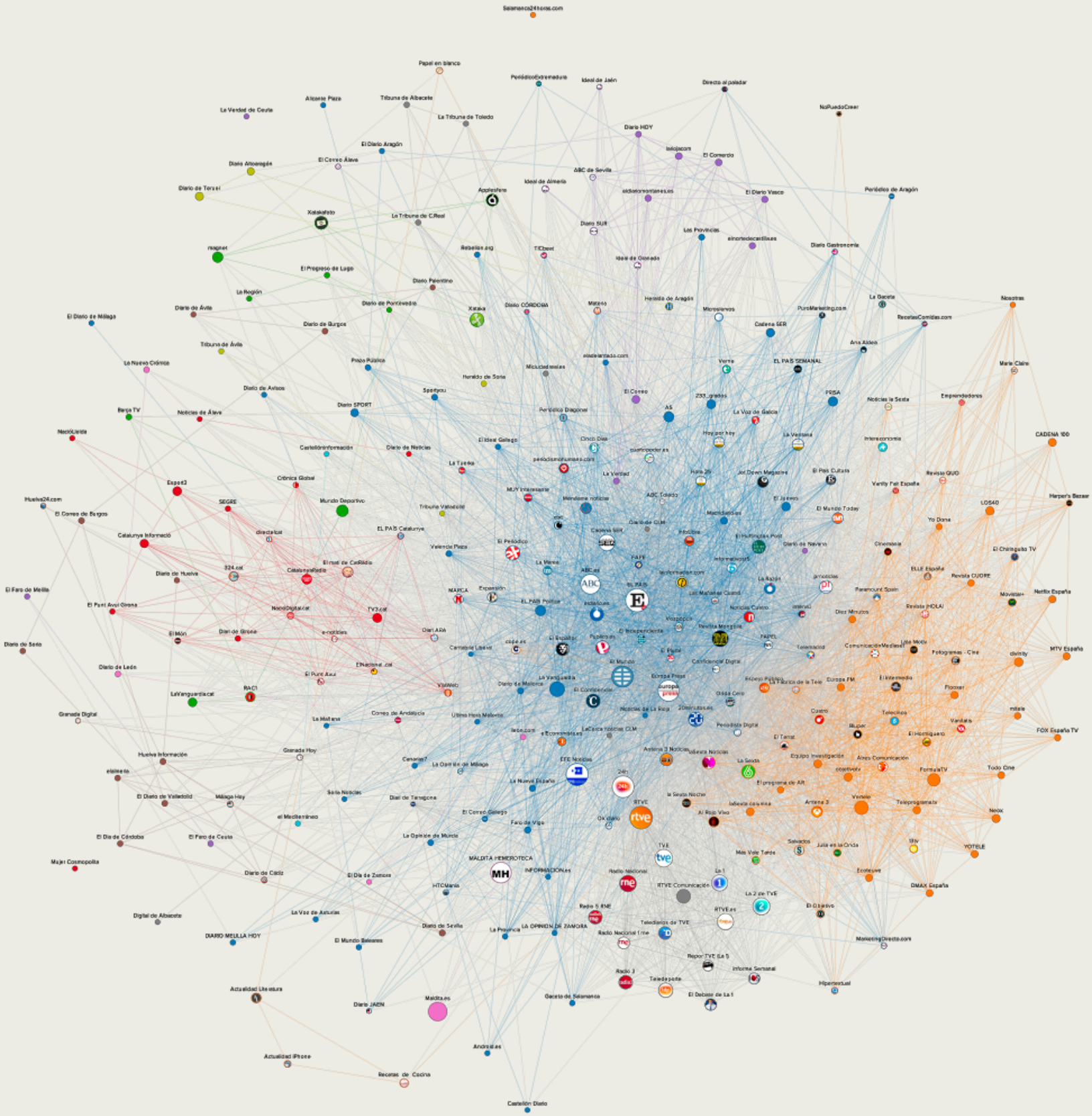
Mediante el uso de técnicas de análisis de redes y social listening se podrá observar las diferentes comunidades dentro de los medios españoles, como se relacionan entre sí, qué contenidos generan y cómo se han comportado a los largo de todo 2017.



Capítulo 1

Cómo están relacionados los medios en Twitter /

grafo de relación en twitter /

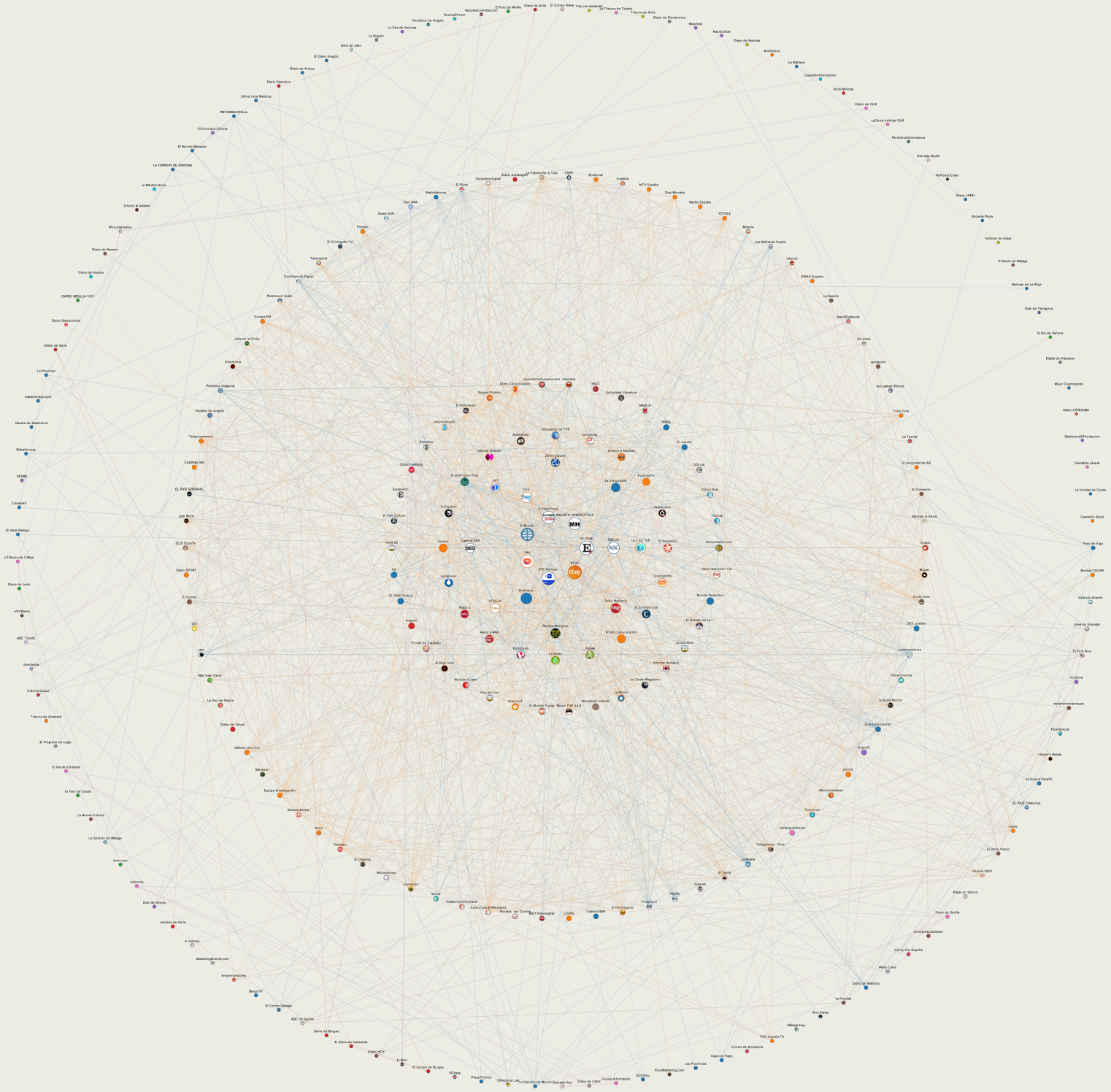


análisis de comunidades /

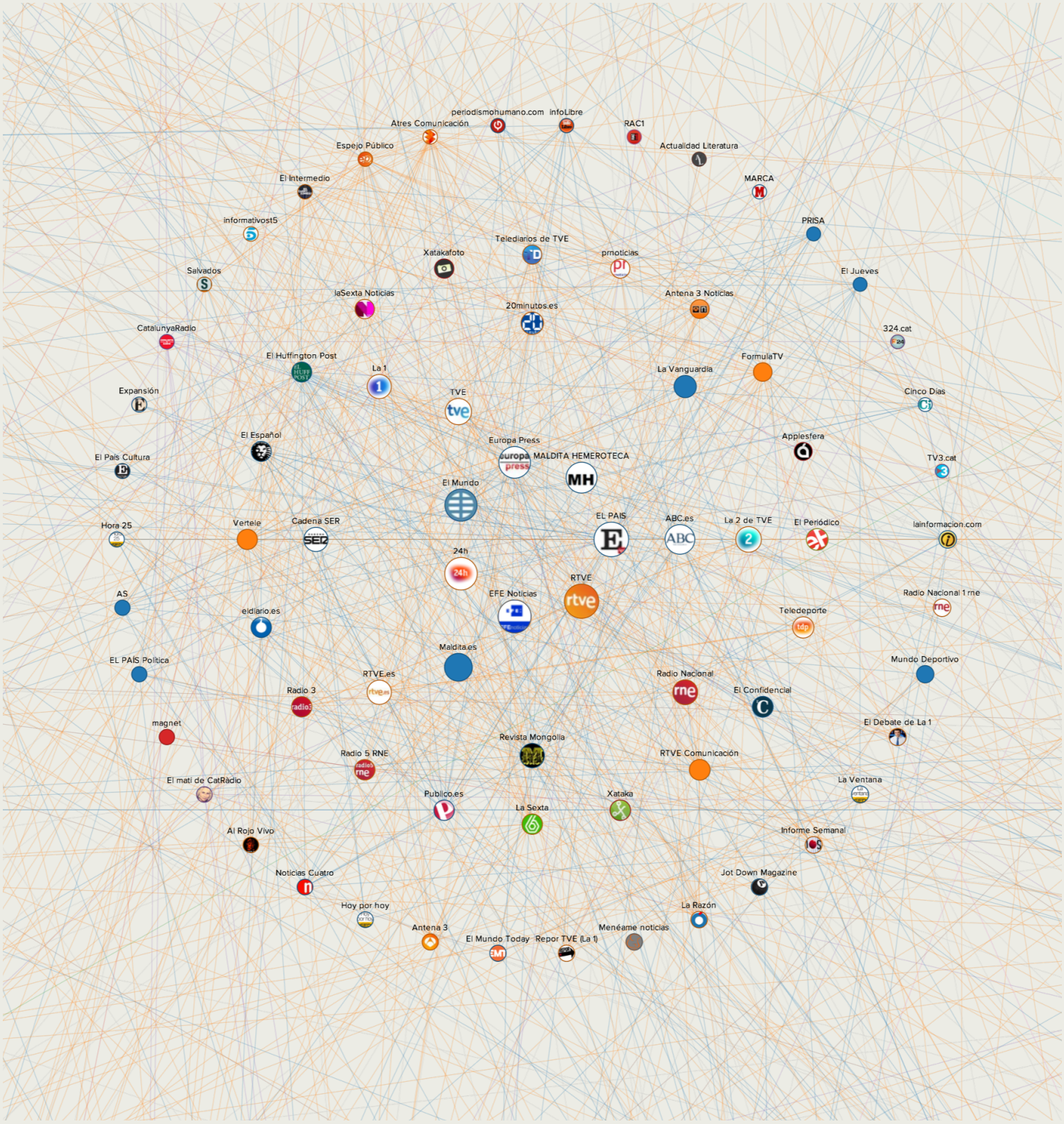
Como primer paso para entender el ecosistema de los medios en España, se ha realizado un mapa relacional con las principales cuentas de medios españoles en Twitter. Este mapa incluye periódicos generalistas, nacionales y locales, económicos, cadenas de televisión...
Tras analizar su actividad en la red podemos dibujar un grafo de sus relaciones. Dos cuentas estarán conectadas cuando se siguen y se mencionan Twitter, lo que nos da como resultado una interesante red de relaciones de todos los medios españoles.
Se pueden identificar dos comunidades principales:

- **La azul,** formada por los periódicos de prensa escrita más generalistas. En su centro podemos ver los más importantes como El País, El Mundo, ABC siendo los más fuertemente conectados en la red.
- **En la comunidad naranja** se encuentran a los grupos y cadenas de televisión y las emisoras de radio. Es también curioso observar como los periódicos, radios y televisiones catalanas forman su pequeña comunidad, la roja, un tanto alejada y desconectada del resto.

medios con mayor centralidad /

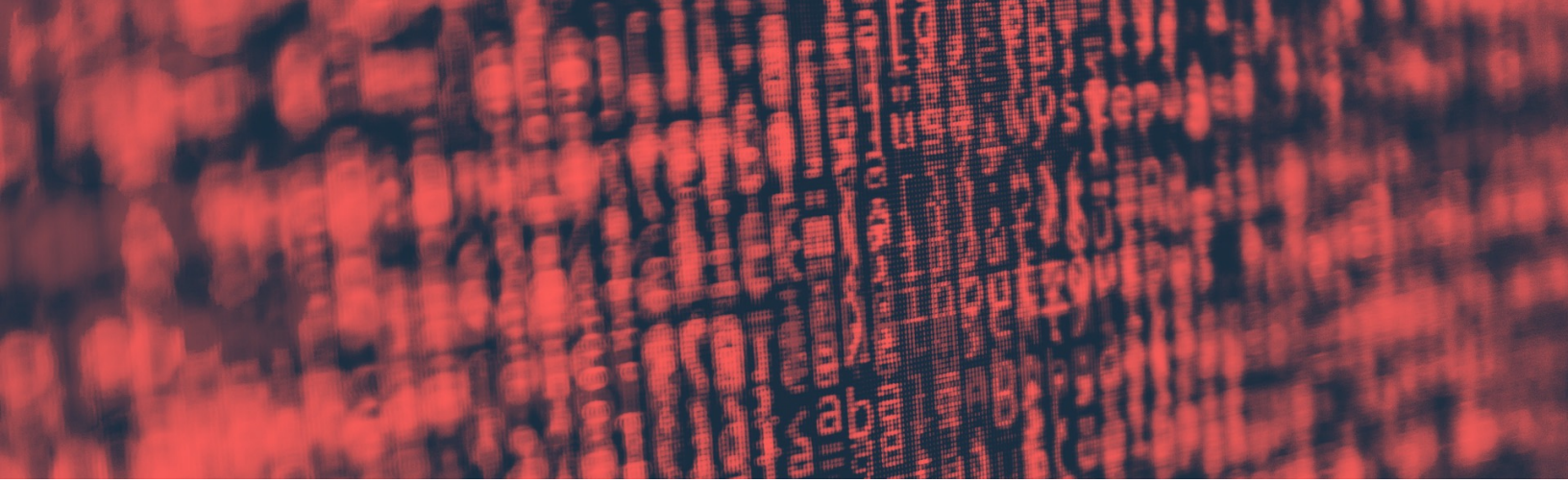


medios con mayor centralidad /



análisis de centralidad /

El tamaño de los nodos presentan la relevancia en la red, es decir, cuantas conexiones tienen y con quién las tienen. Si transformamos el mapa de tal manera que se sitúen en el centro los nodos más relevantes podemos ver como El Mundo y El País, junto con Europa Press y EFE noticias forman las cuentas más importantes y que más fuertemente conectadas están con el resto de medios.



Capítulo 2

Los que más han crecido en 2017

análisis de crecimiento /

Si hay un ecosistema que ame Twitter son los medios y especialmente cuando hablamos de últimas horas. El convulso año informativo, marcado por los atentados de Barcelona y Cambrills y la crisis catalana ha sido un caldo de cultivo perfecto para que los medios continúen creciendo en redes sociales.

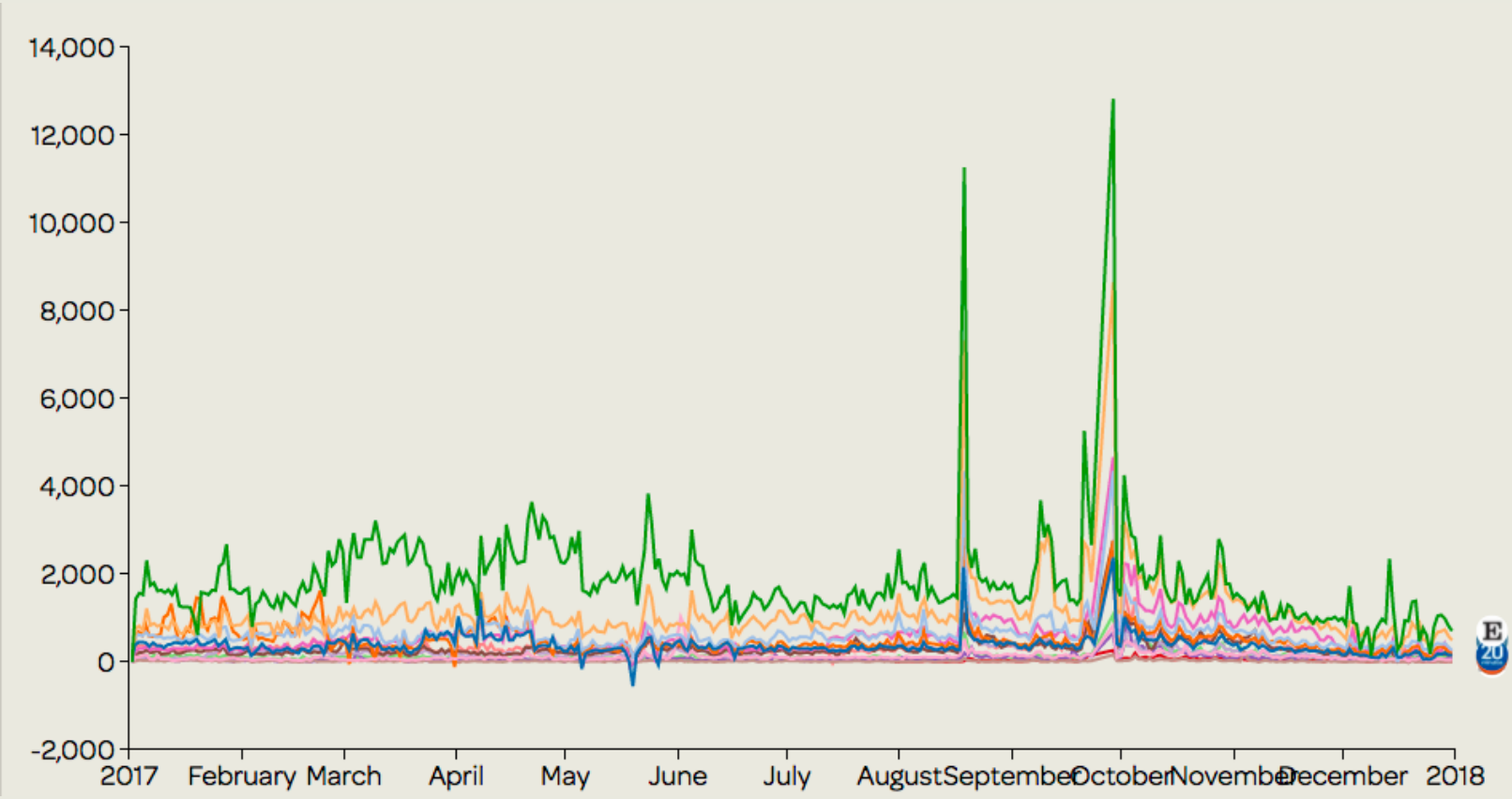
Lejos de objetivos de tráfico en los que Twitter no puede competir con Facebook y Google, Twitter es para los principales editores de redes sociales una plataforma de directo, como nos contó Carmela Ríos, responsable de Estrategia social de El mundo

“ las dos actividades más fructíferas de un medio como El Mundo en Twitter son dos.
De un lado es una valiosa plataforma de narrativa en directo, tanto en emisiones de vídeo como de coberturas “minuto a minuto”.
La segunda actividad está relacionada con la escucha en su sentido más amplio. Esto quiere decir tareas como supervisar y monitorizar la actividad que actores de la información y de la política desarrollan en Twitter así como el manejo de herramientas que permiten la verificación de la información que obtenemos en esta red social.”

análisis de crecimiento /

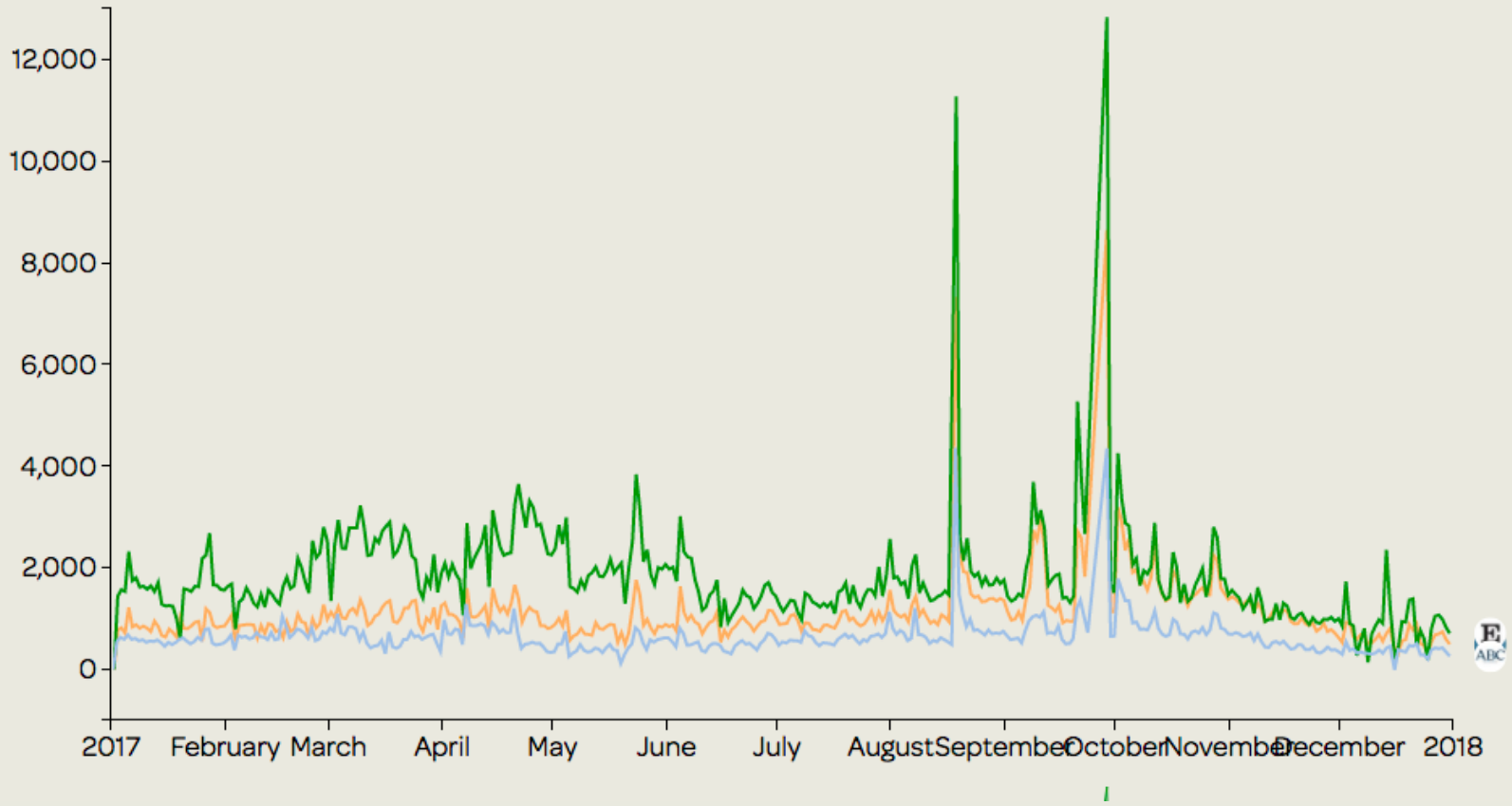
Para Raquel Seco, responsable de redes de El País: "*EL PAÍS fue el primer medio español en usar Twitter: lo abrimos en agosto de 2007, y entonces lo llamábamos "la última revolución dentro del mundo de los blogs" y dábamos instrucciones muy específicas para que nuestros lectores se lanzasen a usarlo. Aparecieron muchas redes y herramientas más, pero hemos seguido usándolo: hoy somos más de 6,5 millones y hemos mandado 382.000 tuits. Nos resulta especialmente interesante para dar últimas horas y actualizaciones de temas en desarrollo, dar contexto a los temas y, sobre todo, escuchar*"

crecimiento en periódicos /



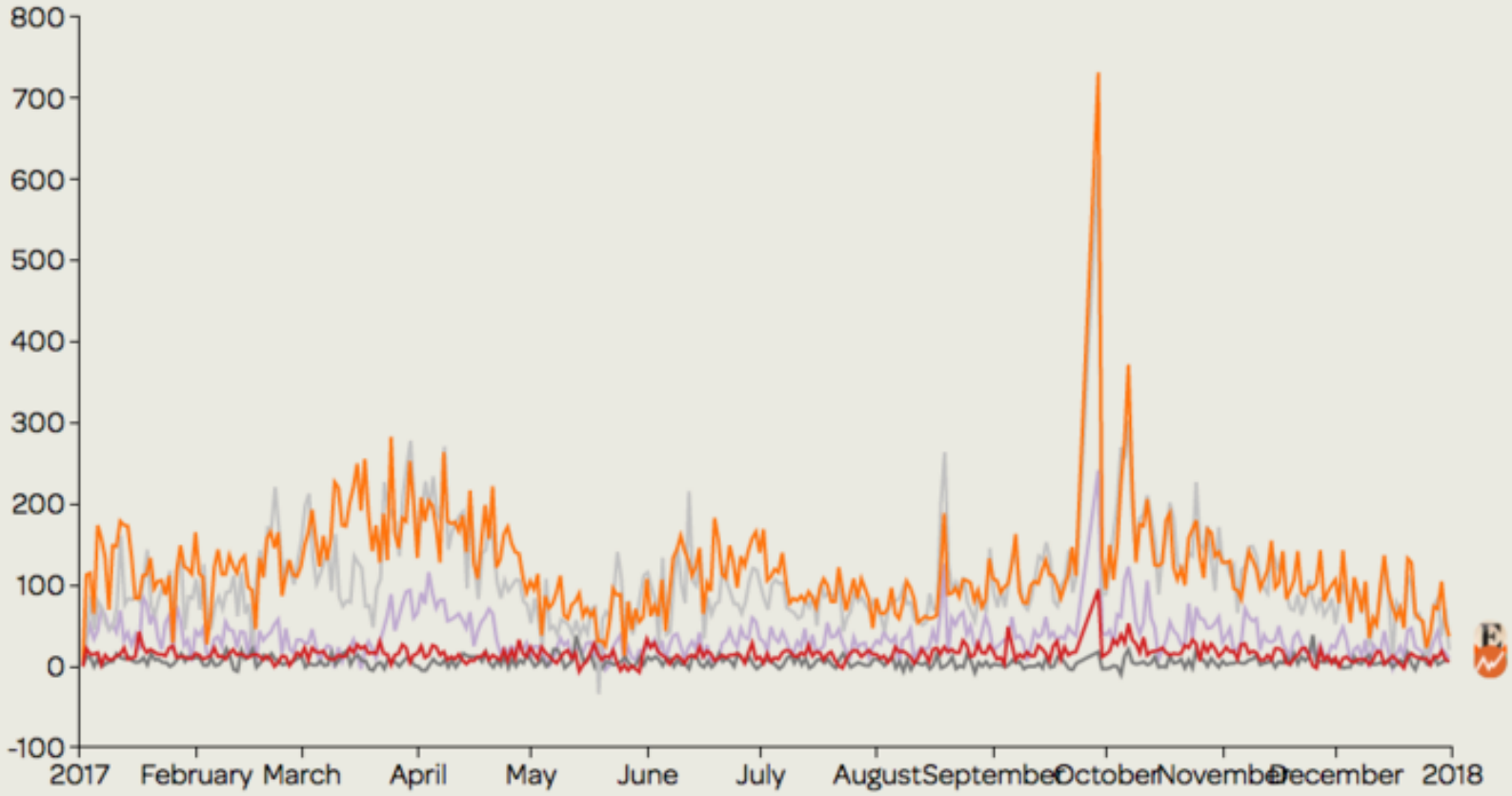
El crecimiento en los periódicos está marcado por la actualidad informativa y los medios experimentan grandes subidas coincidiendo con los momentos de máxima actualidad: los atentados de Barcelona y la crisis de Cataluña.
El País es el medio que más crece en Twitter, seguido por El mundo y Abc.

crecimiento en periódicos /



El País lidera el crecimiento obteniendo picos de mas de 12.000 followers nuevos en los momentos máxima actualidad. En los últimos meses del año el crecimiento se modera con pequeños picos provocados por las elecciones.

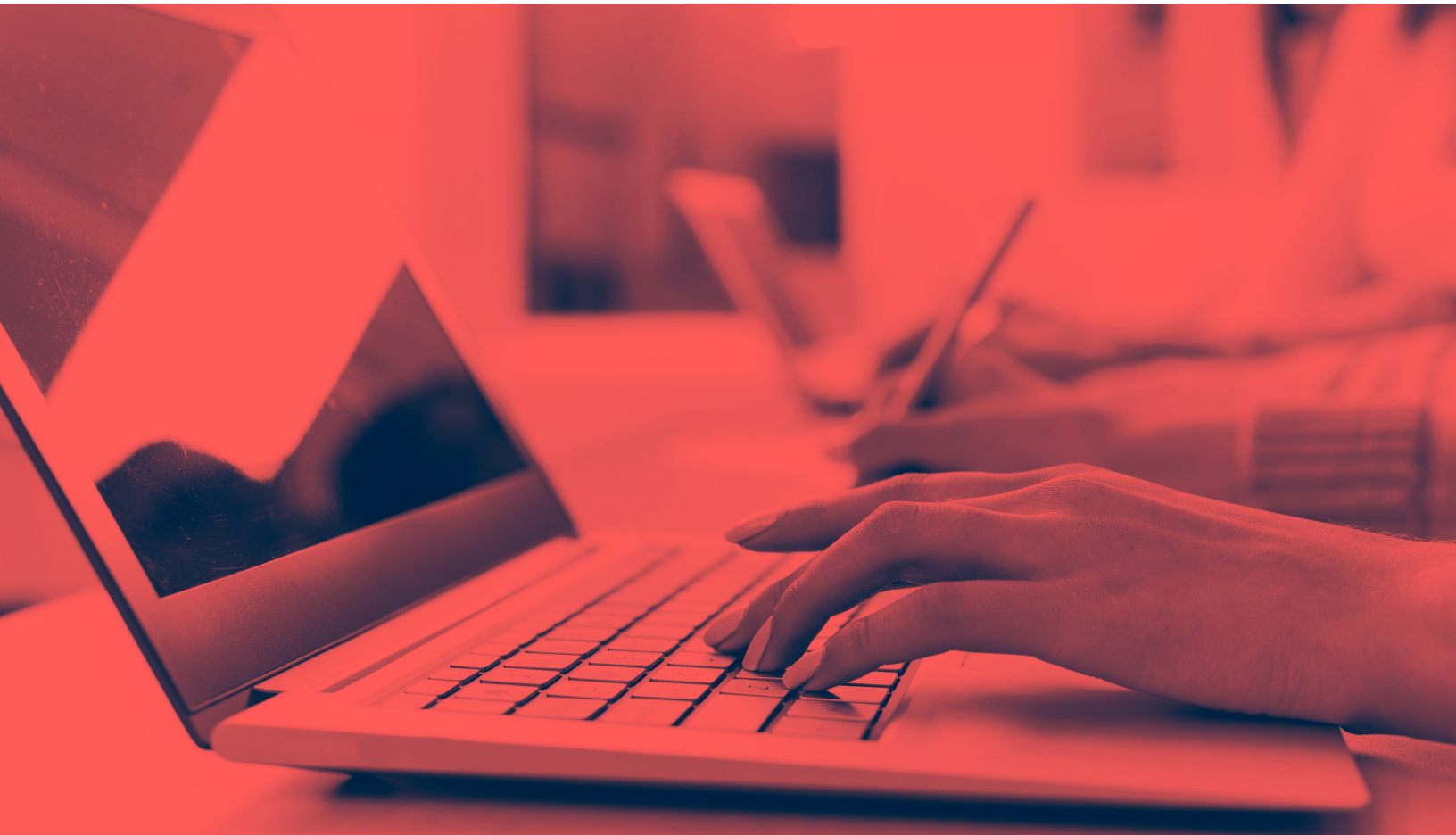
crecimiento en económicos /



En los económicos el líder ha sido Expansión, seguido muy de cerca por El Economista. Expansión supo aprovechar la crisis catalana, alcanzando picos de 800 nuevos followers en un día. Para Aroa Pérez, su responsable de redes Twitter es importante *en primer lugar porque nos permite ofrecer a los lectores información actualizada en tiempo real, además de interactuar y recibir retroalimentación de nuestra comunidad. Además, es una herramienta para atraer tráfico a nuestra edición digital, identificar los contenidos que mejor funcionan y ofrecer a los usuarios noticias contextualizadas o resúmenes informativos a través de los Momentos"*

Capítulo 3

Contenido transversal: links y dominios /



dominios compartidos /

99 %	282 entities 660884 times	twitter.com
56 %	161 entities 3053 times	facebook.com
58 %	167 entities 8252 times	youtube.com
40 %	115 entities 3575 times	instagram.com
34 %	97 entities 1419 times	pscp.tv
17 %	48 entities 93 times	Change.org
14 %	41 entities 36758 times	elpais.com
13 %	38 entities 416 times	periscope.tv
12 %	33 entities 87 times	m.facebook.com
13 %	37 entities 75583 times	rtve.es
11 %	31 entities 37829 times	antena3.com
11 %	32 entities 70 times	google.es
11 %	31 entities 105 times	ow.ly
13 %	38 entities 87 times	change.org
10 %	29 entities 12151 times	atresplayer.com
10 %	30 entities 22388 times	eldiario.es

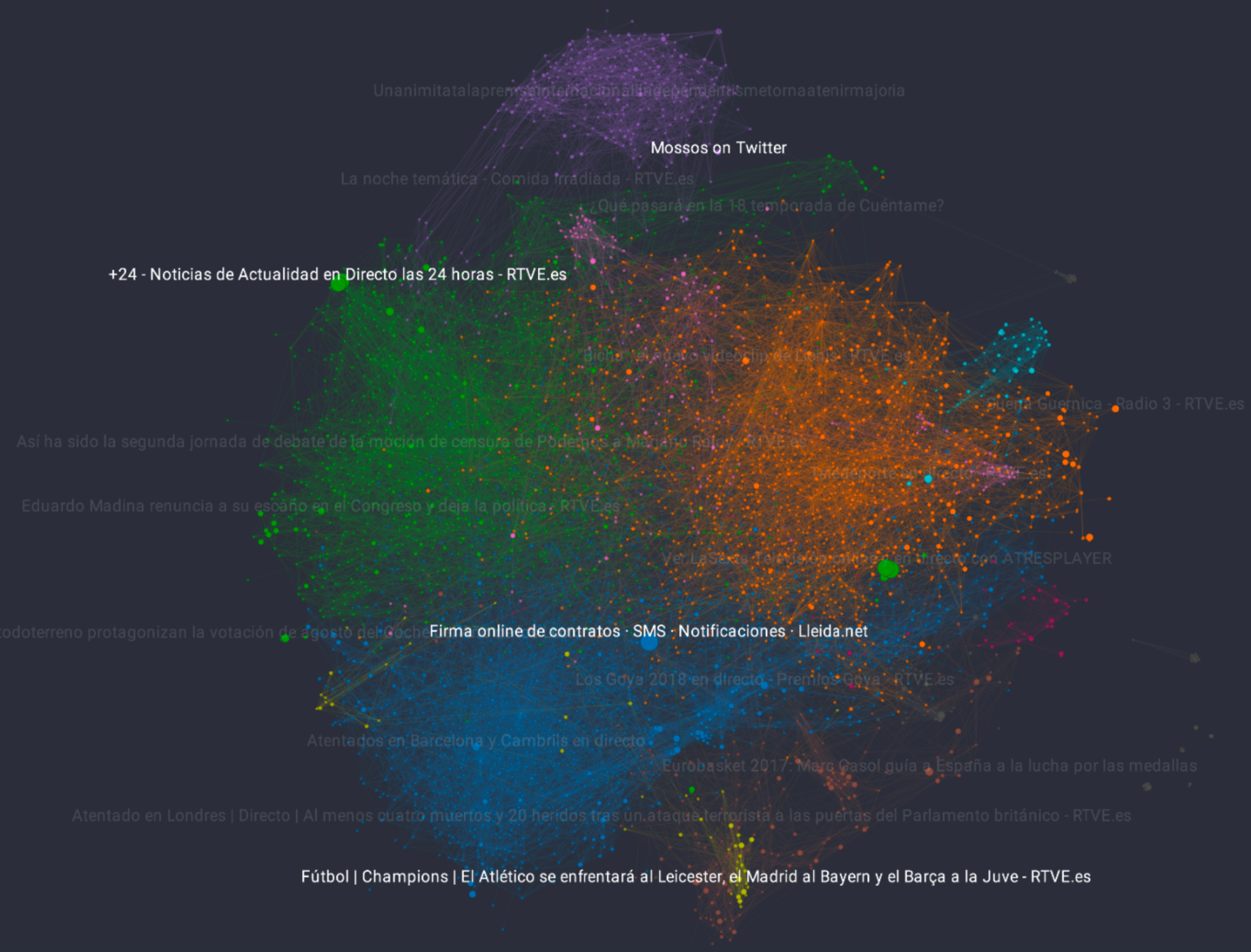
dominios compartidos /

Las redes sociales ocupan los primeros lugares, y aunque el estudio se basa en datos de Twitter Facebook e instagram aparecen como los dominios más compartidos por los medios. Después de las redes sociales llama la atención la presencia de change.org que se ha convertido en un dominio muy transversal que comparten muchos medios en la red azul.
Según Javier Sánchez, Responsable de prensa y campañas en Change
"al incluir en el nombre de marca la propia URL hace que los medios citen con mayor precisión. Vemos que en muchos casos los medios hablan de "crean un http://Change.org " como sinónimo de crear una petición, y en parte eso hace posible esa transversalidad."
Además la relación de change con los medios es muy fluida *"desde http://Change.org y a través del departamento de comunicación siempre hemos tenido una política de ayuda mutua con los propios medios de comunicación: ellos consiguen historias únicas con protagonistas reales, y a cambio los medios ayudan con sus menciones a quienes crean esas peticiones" apostilla Javier Sánchez*

dominios compartidos /

El primero de los medios que consigue mayor transvesalidad es El País, que es compartido por el 14% de las entidades, por delante de RTVE que es compartido sólo por el 13%, Antena 3 reparte su fuerza entre su web y su player, pero aparece también como uno d esos medios más transversales del año

grafo de links /



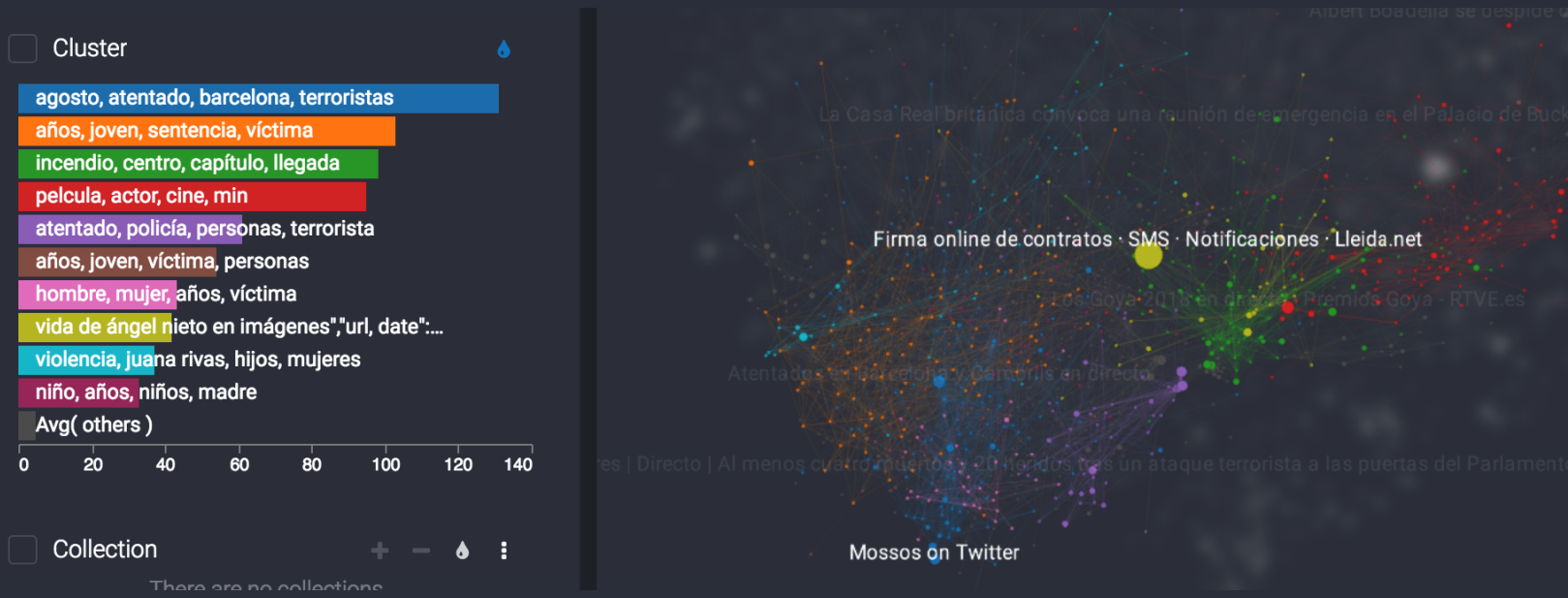
análisis de links /

Hemos analizado más de 6.000 enlaces compartidos por más de un medio para entender la transversalidad del contenido. Los tres grandes temas se pueden resumir en lo siguiente

- Azul = sucesos y actualidad social
- Naranja = famosos, cultura, tv etc
- Verde = política, (sobre todo independencia catalana) paro, economía...

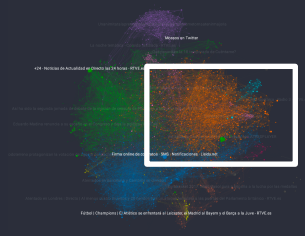
Esos tres temas son un 70% de la totalidad: 27, 24 y 21% respectivamente.

sucesos y últimas horas /

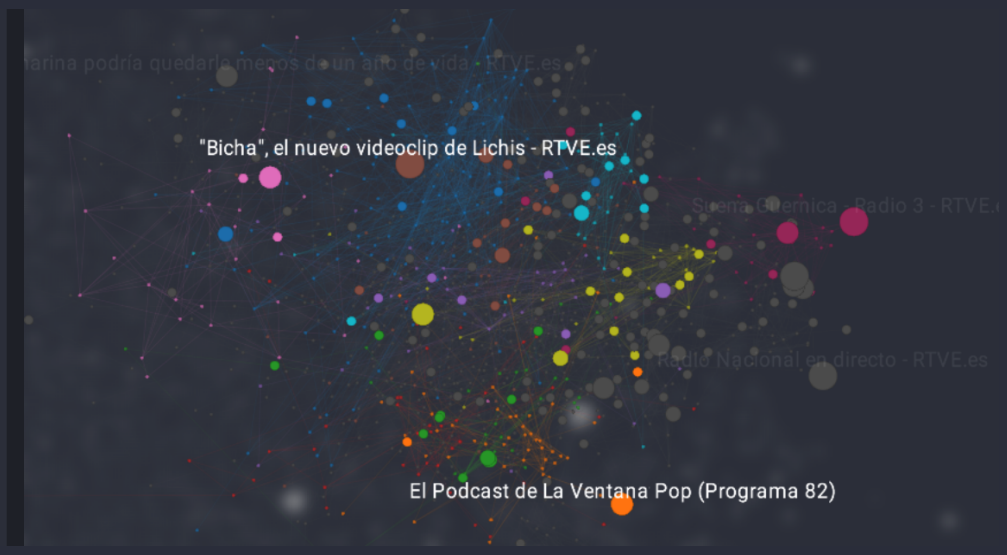


Si analizamos solo la parte de abajo, la azul los temas están centrados en primer lugar en los atentados, en los incendios y en el tema catalán. Se puede observar la aparición de algunos nombres propios que han marcado la actualidad como Juana Rivas o Ángel Nieto.

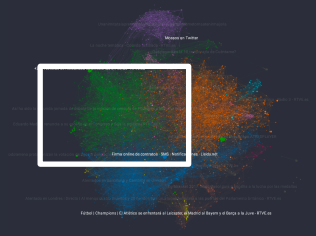
Las mujeres ocupan un papel principal en dos grupos: en los relacionados con la violencia de género y en los relacionados con los escándalos sexuales en el mundo del cine



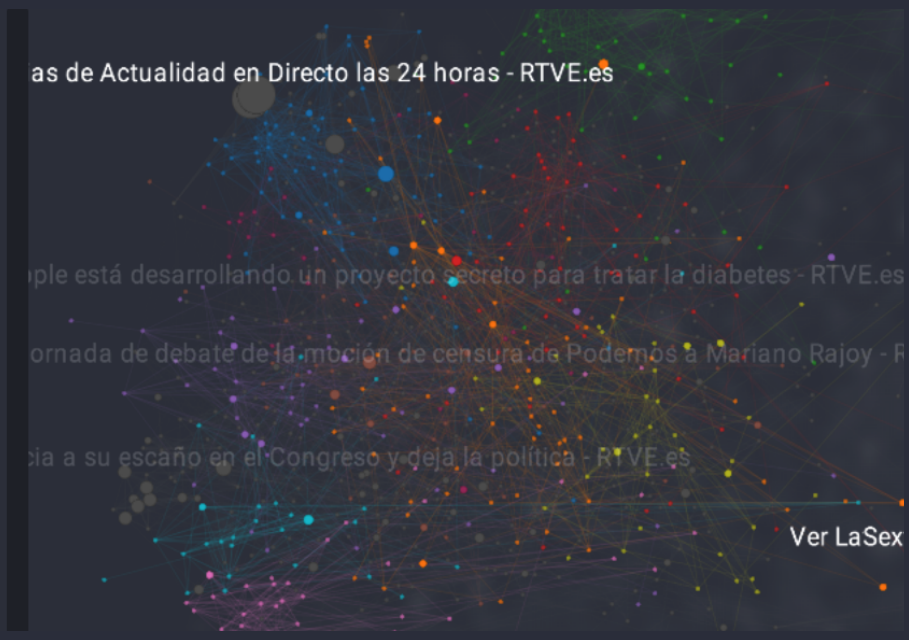
famosos, televisión /



El clúster naranja es el que agrupa las noticas “*soft*” que lideran los grandes programas de la tele: Masterchef, y OT.
En el mundo de las noticias soft, también hay grandes referencias a Instagram que ha sido una de las palabras más usadas, seguramente por su relación con el mundo del famoseo.
En el apartado cultura aparece tan sólo un gran nombre : Picasso. Y no podían faltar los animales, siempre protagonistas de noticas muy virales, liderados por los perros.



política y consumo /



El clúster verde agrupa los temas políticos y de consumo. Los temas políticos los lidera la palabra independencia y Puigdemont, con otros temas asociados como país, España o referéndum.
El siguiente gran bloque político hace referencia a Trump- Obama y a la política americana.
En el apartado de consumo hemos hablado más que nunca de los alimentos y especialmente del aceite de palma, de moda y de tecnología.

data/social

full funnel & full values
somos una agencia de marketing digital especializada en medios de comunicación con una fuerte orientación a los datos.
Ayudamos a los medios a adaptarse a las redes sociales y a mejorar el rendimiento de la adquisición social, además de apoyar a los departamentos de audiencia a extraer valor de sus datos.

graphext

Graphext es una plataforma de análisis de datos avanzada. Permitimos a las empresas sacar el máximo partido a sus datos, comprender cómo se comporta el mundo que les rodea y su negocio para ayudarles en su mejora continua.
Ponemos al alcance de cualquiera las mejores técnicas de análisis avanzado de datos y machine learning.
Analizamos grandes cantidades de información, ya sean textos (noticias, post sociales) o datos transaccionales de grandes bases de datos de una manera rápida, eficiente e interactiva.

WEBINAR LIVE

¿Quieres saber qué puede hacer datasocial y graphext por ti? Te lo enseñamos en un webinar en directo para resolver todas tus dudas

REGISTRARSE