

Estudio de actividad y formas de uso de la plataforma web Twitter por usuarios periodistas bolivianos

Study of usage patterns of the Social Network Twitter by Bolivian journalists

Natalia Chávez Gomes da Silva

Licenciada en Comunicación Estratégica y Corporativa de la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra y escritora; se desempeña en el ámbito de la comunicación externa, relaciones públicas de la misma Universidad, como Jefe del Departamento de Comunicación.

nataliachavez@upsa.edu.bo

Resumen

El trabajo describe en el marco de la referencia bibliográfica, método y técnica de minería de datos, la situación del periodismo en Bolivia y su gradual integración al proceso de convergencia digital global. Se evidencia las condiciones por las que la rutina de trabajo del periodismo se ven modificadas por el desarrollo de las competencias digitales que demanda la sociedad del conocimiento. Este trabajo, aborda al periodismo boliviano desde una perspectiva local y global, evidenciando que la participación del periodismo boliviano en el mundo digital a partir de la plataforma Twitter es aún incipiente e inconsistente. Con los resultados, el trabajo constata además los cambios y necesidades del proceso de emisión y recepción de información en el contexto digital contemporáneo, mostrando la brecha digital existente entre las regiones más y menos desarrolladas del planeta, constatando la necesidad de reforzamiento de las competencias requeridas en el área del periodismo para poder competir en la sociedad de la información y el conocimiento.

Palabras clave

Uso Twitter, recurso informativo, interacción, difusión, periodistas bolivianos

Summary

Abstract: The present work discusses some theoretical, technical issues that relate to journalism in the process of technological and digital convergence, and in the new setting of journalism within the information and knowledge society particularly in Bolivia, in which professional routines are modified and in which journalistic information competes in wider markets and in shorter periods of time with other kinds of information. This paper situates the Bolivian journalism on a local and global perspective, showing that the participation of Bolivian journalists is still brief and inconsistent. This work also situates contemporary transformations in the process of emission and reception of messages and data of journalistic value, changes which substantially modify the activity and double the need to reinforce and consolidate a professional culture in the area, and the gap between developed and non-developed regions, exposing the importance and utility of Twitter as a journalism tool.

Key-words

Journalism, digital convergence, Bolivia, Twitter.

Introducción

La forma de hacer periodismo en esta época de la sociedad de la información y el conocimiento se ha ido tecnificando en los lugares con acceso a Internet y la globalización, es decir, en prácticamente todo el mundo. Con tantas herramientas disponibles para enriquecer la práctica periodística desde el punto de vista de soportes y medios técnicos en constante desarrollo y perfeccionamiento, es importantísimo que quienes ejercen el oficio se mantengan a la vanguardia de esa tecnificación y sean capaces de aprovecharla.

En muchos países la adaptación tanto de los medios de comunicación como de los periodistas a esta era de conectividad y tecnología, empezó hace mucho y son visibles los resultados de una gestión periodística sostenida haciendo uso de Twitter y otras plataformas comunicacionales en la web.

Los periodistas bolivianos no tienen, aparentemente, una presencia significativa en Twitter, o al menos no en comparación a otros usuarios no periodistas que tienen una influencia mayor en esta plataforma; una de las herramientas en Internet que ha tenido notable impacto en la generación, elaboración, profundización y difusión de noticias alrededor del mundo.

Los recursos de Twitter podrían ser muy bien aprovechados para la práctica periodística en Bolivia. Esta investigación se realizó para visualizar cómo se está utilizando esta plataforma comunicativa que, en el mundo, ya cuenta con más de 400 millones de cuentas activas –que pueden pertenecer tanto a organizaciones y colectivos, como a personas individuales.

Método

El trabajo se desarrolló como una investigación no experimental, ya que no existió manipulación alguna sobre las variables observadas, descriptiva puesto que se desarrolló un ejercicio de descripción de los hechos tal cual sucedieron en el periodo observado. El proceso de observación tuvo carácter transeccional, puesto que se desarrolló en un corte de tiempo seleccionado según interés de los observadores.

El trabajo se desarrolló con la intención de describir las características de uso de Twitter y sus recursos como instrumento informativo de recepción, interacción y/o difusión por periodistas bolivianos en el sitio en un momento observable escogido. Para lo cual, se determinó una muestra por conveniencia del universo: Usuarios periodistas bolivianos en Twitter, establecida bajo los siguientes criterios:

1.- Se escogió como muestra de observación a 196 usuarios de Twitter que incluyen en la descripción de su cuenta palabras que indiquen que son periodistas. Para los usuarios que no aclaraban el medio de comunicación en el cual trabajaban, se hizo una búsqueda a través de Google para confirmar sus antecedentes disponibles en el campo profesional en perfiles de otras redes sociales. Además se utilizó otros dos criterios:

2.- El usuario seleccionado especifica en cuenta y/o descripción de la misma, o se deduce en función al medio de comunicación en el que expresa que trabaja, que el territorio en el que ejerce su oficio es Bolivia.

3.- Los usuarios que cumplían con los anteriores criterios pero que mostraban inactividad en su cuenta de Twitter desde hace seis o más meses desde el momento de propuesta la presente investigación (noviembre de 2012) no fueron tomados para la muestra.

Se escogió un periodo de observación establecido alrededor de un hecho noticioso de interés público, el Censo Poblacional y de Vivienda 2012. Se observó los días alejados al 20 y 21 de noviembre, desde el 19 hasta el 23.

20/11/2012: Preparación y expectativas sobre la jornada censal principal.- Uso de los recursos en Twitter para hablar sobre el tema de observación en un día que genera mucha expectativa.

21/11/2012: Jornada censal.- Cómo reportan el desarrollo del día los periodistas, qué fuentes han utilizado para informar a través de la red extraoficialmente (es decir, fuera de su puesto de trabajo).

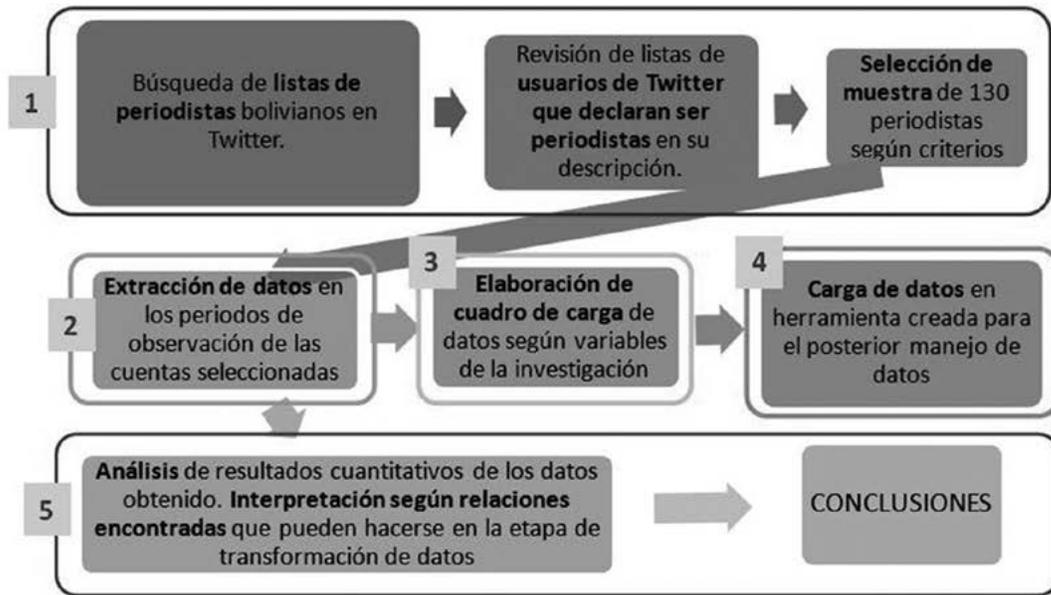
El límite espacial asignado para el trabajo fue el sitio web de Twitter, en publicaciones directamente relacio-

nadas al tema. Se consideró que un tweet estaba relacionado al tema escogido para la observación, solo si tenía en su composición la palabra clave “censo” con o sin el numeral que la convierte en Hashtag. #CensoBO, #Censo2012, #CensoBolivia

Se estudió la actividad de los periodistas en Twitter observados desde la perspectiva de la teoría comunica-

cional relacionada a periodismo digital, y formación de comunidades virtuales.

La metodología propuesta para realizar la investigación se basa en cinco fases, que son los pasos característicos de todo proceso de manejo de información, su posterior homogenización y su socialización.



Instrumento

El instrumento diseñado para la investigación consistió en un cuadro de carga en el cual se vaciarían los datos, resultado del proceso de mining.

Procedimiento

Fases De Procesamiento De Datos

1. Fase de Identificación:

En esta fase, se deben seleccionar las bases de datos que puedan aportar la información necesaria para aplicar el análisis observando los indicadores definidos. Luego de una etapa exploratoria para conocer el contexto local del uso de Twitter en Bolivia, y de definir la noticia a analizar, se observó la actividad en Twitter

para escoger a usuarios bolivianos que serán tomados como los casos a estudiar. En esta investigación, fueron 196 periodistas identificados con cuenta en Twitter. Una vez seleccionados los usuarios y recolectados los contenidos a analizar (tweets de periodos de observación definidos), comenzó la etapa de investigación descriptiva de datos contables cuyo análisis permitió conocer la actividad en Twitter por los usuarios seleccionados.

2. Fase de Extracción:

La extracción implica ensamblar datos desde fuentes dispares, enriqueciéndolos de manera que cree información valiosa. En esta fase de la investigación, es necesaria una herramienta de almacenamiento de datos (Datawarehousing). Para esta investigación fue utilizado el programa Microsoft Excel.

3. Fase de Procesamiento:

Para procesar la información, es necesario construir por medio de algoritmos de Minería de Datos, modelos de comportamiento. Estos modelos de comportamiento homogenizó la información de tal forma que pueda ser consumida y trabajada para, por ejemplo, cruzar variables de estudio, crear cubos de información, realizar procesos de Drill Down¹, entre otros.

Para obtener esta característica en los sistemas de información se requiere un alto grado de integración de la información, además de la herramienta que permita hacer el drill down. La trazabilidad (saber de dónde viene la información) es una de las características de la información imperante en el momento de su credibilidad, y por ende, en la toma acertada de decisiones o, en este caso, la búsqueda de respuestas de la forma más lógica posible.

4. Fase de Almacenamiento:

El almacenamiento permite validar, seleccionar y mantener los modelos de comportamiento a través de una actividad iterativa de la fase anterior, puliendo los modelos de comportamiento y manteniéndolos consistentes. La ayuda de expertos es crucial en el proceso de almacenamiento.

5. Fase de lectura y análisis de los resultados organizados

A través de la herramienta utilizada para realizar las anteriores tres fases de manejo de la información que será útil para obtener respuestas al problema investigativo, se hará posible el manejo y estructuración de datos según las variables que respondan las preguntas del problema, de forma que sea posible la verificación o refutación de la hipótesis inicial de la investigación.

Resultados

Gracias a la metodología empleada, con el mining de datos podemos sugerir significados a partir de la actividad de los usuarios observados y qué dice esto de su forma de usar la plataforma desde un punto de vista periodístico.

Tal es el caso de periodistas que, aparentemente, tienen un perfil de difusor pasivo en los resultados que se obtienen en el uso de los recursos de la plataforma (identificados estos recursos como indicadores de carácter). Sin embargo, cuando comenzamos a relacionar otras variables -como la antigüedad de uso de su cuenta, o la cantidad de tweets creados desde su ingreso, o el número de seguidores que tiene- podemos encontrar que se trata más bien de un usuario “interactuador” con mucha experiencia de uso de la plataforma. Las cuentas de Twitter son una excelente forma de perfilar caracteres comunicacionales, si es que se llega a conocer y comprender la naturaleza del sitio y la relación entre los elementos que forman el espacio.

Perfil de Usuario

Los periodistas bolivianos en Twitter tienen perfiles de receptores e “interactuadores” en su mayoría, sobre todo los usuarios que han estado al menos un año en “el lugar”. Se comprende que con el tiempo de uso, los periodistas entienden la utilidad de las herramientas para su propio estilo comunicacional, pero hay un grupo que, aún teniendo varios años de antigüedad de uso, sigue mostrándose con las características claras del usuario que utiliza Twitter como plataforma de recepción de información, más que de difusión o discusión de la misma.

Los periodistas más “nuevos” al espacio tienden, naturalmente, a utilizar menor cantidad de recursos de interacción y difusión, pero a medida que van pasando más tiempo en la plataforma, se va nivelando el uso.

Los quince periodistas bolivianos con más seguidores tienen perfil de difusores o “interactuadores”, lo cual concuerda con una actividad visible en el sitio, dicha actividad hace posible que más personas sepan de su presencia en Twitter y decidan suscribirse a los contenidos que publican. Hay, sin embargo, dos casos en

¹ Usado comúnmente en los sistemas de información gerencial o de análisis de información, se denomina “Drill Down” a la habilidad para poder navegar de lo general a lo particular en la información presentada. Por ejemplo, en un informe de ventas en una compañía, se debe poder “taladrar” en los datos de cada región mundial para obtener los datos por país, y en el total de un país para obtener la información de las ciudades dentro del país

particular entre los 15 periodistas con más seguidores, a quienes se les puede atribuir el reconocimiento fuera del mundo virtual como razón de tener muchos seguidores, debido a que la actividad en su cuenta de Twitter no es tan frecuente como el resto.

PERIODISTA	NÚMERO DE SEGUIDORES
Carlosedmesag / Humanista. Ex Presidente y Ex Vicepresidente de Bolivia Fundó la Cinemateca Bol. Periodista en radio,TV y prensa Autor de 13 libros y 106 documentales. (no participó de la conversación del Censo 2012 con hashtags)	16.194
Untaljuank / #Periodista #Journalist. Estudio uso periodístico de Twitter en Bolivia (#TuitePeriodismoBo). Interés en #TIC#RedesSociales #Twitter.	12.766
Cfvalverde / Periodista y protestón ! (no participó de la conversación del Censo 2012 con hashtags)	5.459
Yeryguiteras / Periodista, Director de noticias de la Red Uno de Tv. - La Paz, Bolivia. Premio Nacional de periodismo de investigación 2010 - 2011 / 2012 - 2013.	3.868
Andrsgomezv / Dicen que soy adicto al periodismo, a la justicia; poeta, iconoclasta, heterodoxo. Sólo soy Director de ERBOL, a donde no llama ni Dios para dictar un titular.	3.668
Ivanbor / Como todavía no me han contratado en ningún equipo de fútbol, vivo del (en el) periodismo... Autor del libro La mañana después de la guerra.	3.307
CesarGalindQNMP / Bolivia Informa al Mundo. Periodista Boliviano, Director del programa QNMP-LP y presentador NOTIVISION, por Red Uno de Bolivia canal 11TV.	3.174
tuffiare Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social. Ejerce el periodismo desde 1992. Jefe de redacción del diario El Deber.	2.903
kiske_one / Periodista, hace 20 años en radio y tv. Hago reportajes (@Anoticiando) y presento noticias (#ResumenATB) Soy paceña/cochabambina. Y... opino a título personal.	2.833
Groveryapura / Boliviano, periodista y libre de ataduras ideológicas. Director de la revista Oxígeno y del periódico digital Oxígeno, http://www.oxigenobolivia.com .	2.753
Magicalata / Convencida de que el periodismo fue y es mi mejor elección. Vivo en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, pero viajo a diario por todas las mentes del mundo.	2.704
Meryvaca / Periodista. Por lo general, tuiteo noticias de Bolivia. Cuando opino, lo hago a título personal. (no participó de la conversación del Censo 2012 con hashtags)	2.695
Prisi41Quiroga / Presentadora y Productora de Levántate Bolivia por Cadena A.	2.495

Ricardobajo / Periodista vasco-boliviano. Director de Le Monde Diplomatique-Bolivia. Hinchista del Athletic y The Strongest. De mayor quiero ser anarquista.	2.485
claudiaFerVal / Apasionada con las cosas que hago, viviendo cada día como si fuera el último. De profesión Ingeniera Comercial dedicada al periodismo.	2.023

Uso De Recursos De Difusión, Interacción Y Recepción

Difusión:

La gran mayoría de los contenidos relacionados al Censo tuvieron en su composición al Hashtag como elemento indicador de intención de difusión del contenido, y de su vinculación a la discusión general en el espacio. El hashtag ha sido el recurso de difusión más presente en los contenidos.

El uso de enlaces en los contenidos demuestra también una intención de redirección del propio espacio (Twitter) a otro con información adicional respecto a lo que se publica.

La presencia de ambos recursos en un número considerable de tweets sobre el Censo, contrastado con el porcentaje de los periodistas que los usó (hablando del tema) que es relativamente bajo, demuestra un uso aún ineficiente de los recursos, porque es usado con frecuencia únicamente por una parte muy activa de los periodistas observados; no hay una unidad en el uso de los recursos, que permita un mejor aprovechamiento de la información por parte de los usuarios. Y existe la posibilidad de que mucha información importante, difundida por los usuarios, no tenga el alcance suficiente para ser parte de la formación de la opinión dentro del espacio, por no haber sido difundida haciendo uso de los recursos ideales para ello en Twitter.

Otros elementos dentro de las publicaciones -como imágenes, vídeos, la copia ("cc") y la referencia ("vía")- también están estrechamente relacionados a la intención de información a través de Twitter, ya que aprovecha la posibilidad de mostrar algo más que el texto informativo plano, y le incrementa la utilidad de un gráfico o imagen que profundice la publicación, o la referencia a un actor significativo de la información publicada.

Interacción:

El hashtag es también considerado un recurso de interacción porque permite que usuarios que no son seguidores de la cuenta que emite el tweet, puedan visualizarlo en caso que estén siguiendo la discusión. Es una forma de interacción de uno a muchos, es decir, con la comunidad dentro del espacio. Sin embargo, el recurso que indica interacción directa, la mención, es la forma más certera de medir cómo se usa el espacio para este fin; los resultados demuestran que hay un grupo de usuarios específicamente que utilizan el espacio para la discusión del tema y así, posiblemente, enriquecer la perspectiva que tienen del mismo.

La discusión en un espacio alternativo al real (es decir, en la virtualidad) es un recurso muy útil para enriquecer una historia, ya que permite la participación de actores a los que el periodista, normalmente, no acudiría a pedir una opinión. Es, posiblemente, una mirada fresca a un tema noticioso.

Solo la mitad de los usuarios observados hicieron uso del recurso de interacción "mención", y en apenas una cuarta parte de los tweets sobre el tema, lo que nos indica que aún no se tiene a Twitter como un espacio de formación de opinión tan establecido como otros en el mundo físico. No se explota el recurso de forma visible.

Recepción:

Aunque se ha tomado a los usuarios que no hacían uso significativo de los recursos de difusión e interacción como "receptores", es posible que la pasividad no sea indicadora directa de un aprovechamiento del espacio para recibir información, y simplemente signifique pasividad por uso incorrecto del mismo o por no encontrarlo útil.

Esta posibilidad fue atribuida a un total de 57 cuentas de las observadas (que son casi el 60% de las

cuentas de usuarios identificados como “receptores”), que han demostrado que, además de no haber participado del tema observado (Censo), mantienen una actividad poco frecuente de publicación, y tienen un bajo número de seguidores.

El número de cuentas que sigue, el uso de listas y de la opción de favoritos son indicadores muy importantes de un uso eficiente de la plataforma como espacio de recepción de la información. En ese sentido, en general los periodistas observados utilizan las listas (el 25%) y los favoritos (el 64%), sin embargo, son los usuarios con mayor antigüedad los que utilizan más estos recursos. Más que usuarios receptores, entre los periodistas bolivianos se vislumbra una pasividad de participación, cuya causa principal parece ser el desconocimiento de las posibilidades de las herramientas del lugar.

Conclusiones

A lo largo de la investigación, se pudo constatar que pese a que varios de los usuarios periodistas bolivianos en Twitter tienen una antigüedad considerable como usuarios, su participación en el entorno virtual es pasiva, con un uso incipiente de los recursos que la red facilita como espacio formador de opinión. En la mayoría de los casos se constata una subutilización tanto de los recursos de mensajería como de captación de seguidores y potenciamiento de multiplicación de seguimiento en red de las temáticas discutidas, situación que se da en realidad por un aparente desconocimiento de la funcionalidad del recurso estudiado. Por lo que no cumple con el rol de espacio de información complementario, ya que no se logra ampliar perspectivas, ni enfoques sobre los hechos noticiosos.

Recomendaciones

Desde la realización del levantamiento de datos para esta investigación, es posible que la cantidad de cuentas de periodistas en Twitter se haya incrementado; por eso mismo es oportuno considerar los resultados obtenidos en esta investigación para recomendar el aprovechamiento del espacio según el tipo de uso que el periodista boliviano le da en general:

- La posibilidad de participar en la discusión de un tema noticioso está abierta para el usuario en general en el espacio, y los periodistas bolivianos que están en él, si se muestran conocedores de tales recursos y relaciones, por lo que puede aprovecharse Twitter para compartir información clave, o recursos de apoyo como imágenes, vídeos y contenido web fuera de Twitter, que será considerado por los periodistas presentes.

- La plataforma Twitter -así como otros espacios en la red que se alimentan de insumo de personas con diferentes perfiles, ocupaciones, intereses, posiciones, y demás características individuales- podría aprovecharse como el espacio de contraste que es, entre información oficial y complementaria, de actores claves participantes, y de actores externos, para ampliar las posibilidades de perspectivas y enfoques de hechos noticiosos. Esto, a través de la sistematización de las formas de búsqueda en el espacio, con herramientas ya existentes, que pueden automatizarse para buscar y recopilar términos claves, o palabras claves, de cuentas indicadas o del total de cuentas, con infinitas posibilidades de filtros y criterios de búsqueda de datos e información.

- Al publicar a título personal, los y las periodistas en espacios en la red, tienen una oportunidad excelente de formación de su marca personal como profesional del rubro periodístico, teniendo una personalidad reconocible y una reputación. que ayude -en los mejores casos- a convertirse en una voz importante en el espacio de formación de opinión pública que es el mundo virtual. El uso adecuado de los recursos de interacción y difusión, sumado al criterio noticioso, da la oportunidad a los y las periodistas, a convertirse en líderes de opinión o actores de opinión clave en los sucesos de interés público.

Bibliografía

AIBAR, E. (2002). Cultura Tecnológica. En E. Aibar y M.A Quintanilla: Tecnología, Civilización y Barbarie. Barcelona: Anthropos. [versión electrónica] Obtenido en octubre de 2011. Disponible en: http://books.google.com.bo/books?id=W_Asbj-HvkQC

Associated Press. 2013. Associated Press. [En línea] Mayo de 2013. [Obtenido el: 1 de noviembre de 2013.], Disponible en: http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines_tcm28-9832.pdf.

Cátedra de Diplomado de Periodismo del ITESM. 2012. Bienvenido al diplomado de El Periodista latinoamericano como agente y líder social. Monterrey.

Coleman, D. (2010). Rosario, Argentina: s.n., 2010. 2do Foro de Periodismo Digital de Rosario - Periodismo Digital en un paradigma de transición. págs. 37-43.

Hernández S. R., Fernandez C., Baptista M.. (2010). Metodología de la investigación. D.F : McGraw-Hill.

Programa de conferencias TED: Ideas worth spreading, Video de la conferencia de Evan Williams "Listening to Twitter users" Obtenida julio de 2012. Disponible en: <http://goo.gl/io6YvS>.