
NOTA DE PRENSA

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Madrid, 03 noviembre, 2011

Twitter: ¿quién sigue a quién?

En la actualidad Twitter es una de las aplicaciones de internet más populares y de más rápido crecimiento. Creada en el 2006 por Jack Dorsey y Biz Stone, se trata de un sistema de micro-blogs que rápidamente ha atraído a una gran cantidad de usuarios, convirtiéndose en una de las plataformas de interacción social y difusión de información con mayor éxito. En Twitter los usuarios pueden publicar mensajes, conocidos como "tweets", de hasta 140 caracteres. Actualmente usan Twitter alrededor de 200 millones de internautas que cada día suben más de 140 millones de tweets al sistema.



AUTORES | Rubén Cuevas, [Universidad Carlos III de Madrid](#) y Balaji Rengarajan, [Institute IMDEA Networks](#)

Aunque principalmente es una red social, Twitter se ha convertido también en un medio de comunicación agitador utilizado para diversos fines. Aparte de su evidente uso como herramienta conversacional, también se ha utilizado como herramienta de marketing viral, e incluso para organizar protestas. Twitter tuvo un papel fundamental en la Primavera Árabe que llevó a la revolución egipcia del 2011 y en las protestas de las elecciones de Irán 2009/2010, ya que permitió que los manifestantes pudieran comunicarse entre ellos y organizarse. Twitter también hizo posible que las noticias de estos acontecimientos llegaran al resto del mundo en tiempo real, a pesar del silenciamiento a gran escala que tuvieron en los medios de comunicación tradicionales.



de alrededor de un millón de usuarios de Twitter y más de 16 millones de seguidores suyos. En total, el conjunto de datos incluye más de 100 millones de conexiones amigo-seguidor.

Los investigadores observaron que alrededor del 40% de las conexiones mantienen una distancia inferior a 1.000 km. Esto representa comunicaciones dentro del mismo país para la mayoría de los países del conjunto de datos. También observaron que el 80% de las conexiones están dentro de un rango de 4.000 km, lo que significa comunicaciones dentro del mismo país para los países grandes, como EE.UU. o Brasil, y relaciones dentro del mismo continente para el caso de Europa occidental. No obstante, aún hay alrededor de un 10% de conexiones a larga distancia, superior a 6.500 km, lo que representa conexiones intercontinentales. Por ello, aunque la mayoría de los usuarios tienen seguidores relativamente cercanos, también hay un número considerable de relaciones a larga distancia. Y lo que es más, los usuarios populares (es decir, aquellos con muchos seguidores) son responsables de la mayoría de las conexiones a larga distancia, siendo la distancia típica con sus seguidores superior a la de los usuarios menos populares. Así, las relaciones no locales sí tienen un papel importante en la red Twitter. No obstante, este análisis global está claramente influido por el predominio de EE.UU., que representa el 50% de los amigos, seguidores y conexiones. Por lo tanto, los investigadores han profundizado y ampliado el estudio analizando la influencia de factores geopolíticos, culturales y lingüísticos en el ecosistema Twitter.

Así, el estudio agrupa a los usuarios por países y examina la relación de los usuarios de distintos países con sus correspondientes seguidores. Los investigadores han elegido el país de los usuarios como criterio, puesto que así pueden agrupar con precisión a aquellos usuarios que comparten una localización geográfica aproximada, un perfil cultural similar y el mismo idioma. Además, han seleccionado los 15 países que aportan el mayor número de amigos al conjunto de datos. Desde la perspectiva del idioma, el estudio distingue entre dos perfiles de países. Por un lado, tenemos aquellos países cuyo idioma oficial (o co-oficial) es el inglés, como EE.UU., el Reino Unido, Canadá, Irlanda, India y Australia. Por otro, tenemos aquellos países cuyo idioma oficial no es el inglés, como Brasil, España, Alemania, Francia, Italia, Indonesia, Japón y Holanda. Tal y como cabría esperar, las tendencias globales de localidad que se han observado no son aplicables a todos los países. Basándonos en las observaciones del estudio, podemos distinguir 3 perfiles distintos:

Perfil local: Se compone de un grupo de países en los que la gran mayoría de usuarios tiene a sus seguidores principalmente en su mismo país. Este perfil incluye a EE.UU. por una parte, y a países como Holanda, Brasil, Indonesia, Alemania y España por otra, es decir, aquellos cuyo idioma oficial no es el inglés. Hemos observado que alrededor del 90% de los usuarios de EE.UU. suelen tener a sus seguidores a una distancia inferior a 4.000 km, lo que define la frontera de las relaciones dentro del país para EE.UU. En primer lugar, esto se debe a la relevancia de usuarios estadounidenses en Twitter, y en segundo lugar a su fuerte cultura local. Este efecto de localidad dentro de un mismo país es aún más impresionante en el caso de Brasil, donde el 90% de los usuarios mantienen una distancia en el nivel de usuario inferior a 2.000 km, y donde el límite de las relaciones dentro del país es también de alrededor de 4.000 km. Esto confirma la presencia de localidad regional en Brasil. Mientras los otros países mencionados muestran una menor localidad, la mayoría de los usuarios de estos países tienen seguidores locales.

Perfil de localidad compartida: En esta categoría se encuentran aquellos países en los que el número de usuarios con seguidores principalmente locales es aproximadamente igual al número de usuarios que tienen muchos seguidores en el extranjero. Ejemplos de estos países son Francia, México, Italia y Japón, donde Twitter goza de una popularidad relativamente baja. En Francia, el 60% de los usuarios está a una distancia media de sus seguidores inferior a 1.000 km. No obstante, varios países vecinos, como Holanda, Bélgica, Suiza, Italia y Alemania están a esa distancia. Por tanto, parte de ese 60% corresponde a relaciones entre países, y no solo a relaciones dentro del país. Por último, alrededor de un tercio de los usuarios franceses está a una distancia típica de sus seguidores de entre 5.500 y 9.500 km, lo que representa la población de seguidores en EE.UU.

Perfil de localidad (exterior) basada en el inglés: Este perfil lo componen países en los que el inglés es el idioma oficial o co-oficial. En ellos hay un importante grado de Localidad exterior, con muchos usuarios con un considerable número de seguidores en EE.UU. Además, una parte importante de los usuarios tiene principalmente seguidores locales. Si analizamos a los usuarios del Reino Unido, podemos ver la bipolaridad descrita arriba entre el Reino Unido y EE.UU. El cincuenta por ciento de los usuarios tiene principalmente seguidores locales a una distancia de 1.000 km, mientras que el 37% de los usuarios tiene a sus seguidores principalmente en EE.UU.

Otra observación importante es que la popularidad del usuario tiene distinta importancia en distintos países. En el caso de los usuarios de EE.UU., la distancia media a sus seguidores aumenta proporcionalmente a la popularidad del usuario. No obstante, en el caso de Brasil la popularidad no parece afectar para nada a la distancia media de los seguidores. En el caso de países como el Reino Unido y Francia, existe una clara división entre usuarios, ya que los usuarios más populares tienen un importante número de seguidores en EE.UU., mientras que los usuarios menos conocidos tienen principalmente seguidores locales.

Conocer estos patrones subyacentes a las relaciones en las redes sociales nos permitirá entender el impacto social de estas redes que permiten una transferencia de la información en una magnitud y con un alcance sin precedentes. También nos ayudará a entender mejor cómo las características sociales y culturales conforman las redes sociales. Entender el efecto de la Localidad en los sistemas de internet también tiene implicaciones directas para la mejora del rendimiento de esos sistemas y para que los sistemas de la siguiente generación sean mejores. Las redes sociales son una herramienta de interacción humana muy poderosa y es necesario que la comunidad científica internacional les preste cada vez mayor atención. El desarrollo de internet no puede entenderse, monitorizarse ni optimizarse adecuadamente sin entender bien la vertiginosa evolución de las redes sociales online.

SOBRE INSTITUTE IMDEA NETWORKS

Institute IMDEA Networks es un Instituto de investigación respaldado por el Gobierno de la Comunidad de Madrid y por la Unión Europea. El Instituto atrae a distinguidos y jóvenes investigadores científicos de todo el mundo con el fin de desarrollar ciencia y tecnología punta en el campo de las redes. Para asegurarse una perspectiva auténticamente internacional, el lenguaje de trabajo del Instituto es el inglés. Al promover la colaboración interdisciplinaria, el Instituto, establecido en Madrid, trabaja en sociedad con empresas y científicos líderes de todo el mundo. Sus actividades generan nuevo saber y conocimientos, con los que el Instituto apoya el continuo desarrollo de Madrid y de España como centros de referencia internacional para la investigación científica y tecnológica.

www.networks.imdea.org

INFORMACIÓN DE CONTACTO - CON PROPÓSITOS MERAMENTE INFORMATIVOS

Amablemente solicitamos que no publique los siguientes datos de contacto. Gracias por su cooperación.

Si desea más información sobre este particular, por favor, contacte con:

Contacto:
Rebeca De Miguel, Operations Support
Manager
Tel: +34 91 481 6977
Email: rebeca.demiguel@imdea.org

Más información:
Tel: +34 91 481 6210
Email: info.networks@imdea.org

Institute IMDEA NETWORKS
Avda del Mar Mediterráneo, 22
28918 - Leganés
Madrid (Spain)