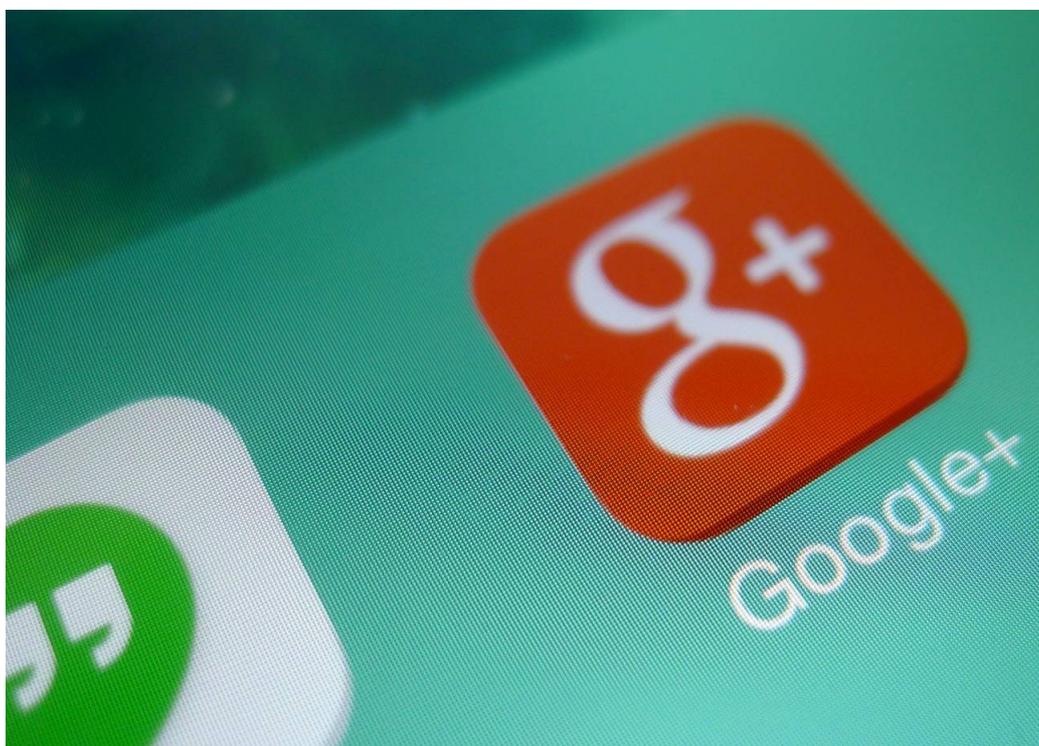


## La red social Google+ capta muchos usuarios, pero pocos participan

Un grupo de investigadores de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M) ha analizado los primeros meses de funcionamiento de la red social Google+ para estudiar su popularidad y comparar esta plataforma con otras como Facebook o Twitter. La conclusión del estudio es que Google+ capta muchos usuarios, pero pocos son activos.

UC3M

2/12/2013 11:29 CEST



Los autores decidieron aprovechar el nacimiento de Google+ para estudiar su crecimiento desde el comienzo. / Google

Las redes sociales son las aplicaciones más utilizadas en internet. Facebook y Twitter dominan el mercado con miles de millones de usuarios. En este entorno, Google, el gigante de internet, "se ha dado cuenta de que para mantener su posición dominante es necesario que se involucre en el mercado de las redes sociales", afirma Rubén Cuevas, del departamento de Ingeniería Telemática de la UC3M y uno de los autores de un estudio sobre Google +.

El nuevo estudio busca esclarecer el debate sobre Google+. Por un lado, Google, la empresa propietaria, ha declarado en varias ocasiones el gran éxito de su red social. Sin embargo, algunos expertos y medios de comunicación como el *Wall Street Journal* han apodado a esta red como "ciudad fantasma".

En 2011 los investigadores iniciaron esta línea de estudio dedicada a las redes sociales centrándose, en primer lugar, en el análisis de Twitter. Gracias a la experiencia adquirida en la monitorización de esta red, y poniendo en práctica una idea de Roberto González, profesor de la UC3M, decidieron aprovechar el nacimiento de Google+ para estudiar su crecimiento desde sus primeros días de existencia.

A partir de ahí se desarrolló el proyecto con la colaboración de la Universidad de Oregón (EE UU) y el Instituto Mines-Telecom Sud Paris (Francia).

La información obtenida procede de tres fuentes distintas. En primer lugar, los investigadores capturan en un tiempo de siete a 10 días la información de conectividad de los usuarios activos en Google+, lo que abarca en la actualidad unos 190 millones de usuarios y 3 800 millones de enlaces

Después, recogen la información del resto de usuarios de la red, los denominados *singletons*, usuarios aislados que no tienen conexión con ningún otro y que, en general, no tienen actividad; y, por último, tienen en cuenta a los usuarios que forman pequeñas islas.

Para estimar el porcentaje de usuarios de cada uno de estos tipos en la red Google+ (conectados, usuarios aislados y localizados en islas) el estudio recurre a una muestra aleatoria de cada uno de ellos.

La investigación también analiza la actividad pública de los usuarios desde el nacimiento de la red social. En concreto, los investigadores cuentan en la actualidad con información de más de 540 millones de *post* públicos enviados por los usuarios y de todas las reacciones a estos publicadas por otros usuarios, incluyendo los denominados +1 (equivalentes al 'me gusta' de Facebook), comentarios y número de veces que se comparten los *post*.

Algunos expertos y medios de comunicación como el *Wall Street Journal* han

apodado a esta red como “ciudad fantasma”.

---

Algunos expertos y medios de comunicación como el Wall Street Journal han apodado a esta red como “ciudad fantasma”

### **Gran capacidad para atraer usuarios**

La primera conclusión de la investigación es que “esta nueva red social soportada por Google, tiene una capacidad enorme para atraer nuevos usuarios que se registren en ella”, explica otro de los autores del estudio, el profesor Ángel Cuevas.

“En cambio –añade– esta plataforma tiene grandes dificultades para conseguir que esos usuarios participen activamente en la red social”. Un dato que confirma esta opinión es el del incremento diario de nuevos usuarios registrados, que es 60 veces mayor que el incremento en el número de usuarios activos.

La segunda conclusión es que más de dos tercios de los usuarios registrados en Google+ son usuarios aislados. Estos usuarios (que Google incluye en sus cifras de usuarios registrados) parecen ser el resultado del proceso de registro integrado de Google, es decir, el mecanismo por el cual cualquier usuario que crea una cuenta en otro producto de Google (como Youtube o Gmail) queda automáticamente registrado en Google+.

Por tanto, “algunos de estos usuarios aislados es posible que no sepan ni siquiera que están registrados en Google+”, comentan los investigadores.

Otra conclusión es que, desde el punto de vista de topología de red, Google+ parece haber alcanzado la madurez, tras aproximadamente un año de existencia, ya que sus propiedades de conectividad han variado mínimamente en los últimos meses del estudio.

Además, “la actividad pública que se desarrolla en Google+ está sustentada por un grupo muy reducido de usuarios populares, que son aquellos que

publican una gran parte de los *post* y reciben una inmensa mayoría de las reacciones por parte de otros usuarios”, afirma Roberto González.

El estudio, se presentó en la vigesimosegunda edición de la prestigiosa conferencia internacional de la [World Wide Web Conference](#) que tuvo lugar hace unos meses en Brasil.

Este trabajo se encuadra en una línea de investigación más amplia que busca entender mejor cómo usuarios profesionales (como empresas o políticos), pero también usuarios de a pie, usan las [redes sociales](#) y cuáles son las estrategias más exitosas que permiten atraer un mayor número de fans y de reacciones.

El objetivo final es formular una serie de recomendaciones para estos usuarios que indiquen cuál es la red social más apropiada en función de sus intereses concretos y cuál es la forma óptima de usarla en función de dichos objetivos.

#### Referencia:

Roberto González, Rubén Cuevas, Reza Motamedi, Reza Rejaie, Ángel Cuevas. "Google+ or Google-? Dissecting the Evolution of the New OSN in its First Year". *International World Wide (www)* 2013, May 13–17, 2013, Rio de Janeiro, Brasil.

Derechos: **Creative Commons**

TAGS

UC3M | GOOGLE+ | REDES SOCIALES | FACEBOOK | TWITTER |

Creative Commons 4.0

Puedes copiar, difundir y transformar los contenidos de SINC. [Lee las condiciones de nuestra licencia](#)

