



Facebook marca el ritmo con un 62% de la actividad en las redes sociales

El profesor de la Usal, Jaime Miguel Tomé, es coautor de una novedosa investigación, que sitúa en segundo lugar a Youtube y tercero a Twitter

:: RICARDO RÁBADE / WORD

SALAMANCA. Más del 62% de la actividad en las redes sociales españolas la genera actualmente Facebook, y únicamente Youtube le está pisando los talones, aunque a una distancia más que respetable, dado que monopoliza un porcentaje bastante más inferior, concretamente del 23%. Estos datos han sido actualizados en enero de 2014 y constituyen las conclusiones más sobresalientes de un ambicioso estudio de investigación, realizado conjuntamente por el profesor del Master en Social Media de la Universidad de Salamanca, Jaime Miguel Tomé, y el director del Ntic Master School y de los masters en Social Media y Community Manager de la Uned y de la Universidad Complutense, José Carlos Soto.

El estudio ha permitido trazar una comparativa en relación a la actividad social en las redes comparando enero de 2014 con el primer mes de 2013, analizándose un total de 45 redes sociales, según explica Jaime Miguel Tomé. En general, las redes sociales son reacias a proporcionar sus datos reales en cuanto a su utilización. Por ello, aprovechando las herramientas de Google para conocer las búsquedas que realizan los usuarios en el líder de buscadores en España, se ha podido obtener un método equitativo para comparar el volumen de uso que se efectúa de las diferentes redes sociales en España y en sus diferentes comunidades autónomas.



Una joven utiliza el ordenador para entrar en una red social. :: EL NORTE

La comparativa entre los meses de enero de 2014 y 2013 pone de manifiesto, por ejemplo, «la importante caída» que sufre Tuenti, que pierde a escala nacional el tercer puesto en favor de Twitter (4,63%). De hecho, en la mayoría de las regiones no resiste el envite y decrece en este último año un 75% en su actividad interanual.



Jaime Miguel Tomé

Frente a la caída en picado de Tuenti, llama especialmente la atención, según resalta Jaime Miguel Tomé, el espectacular incremento de Instagram. La subida desde enero de 2013 ha adquirido tales dimensiones, que se ha aupado hasta la sexta plaza en este particular 'ranking', compartiendo dicha posición con LinkedIn, que es la red social de contactos profesionales por excelencia. A cada una le corresponde un porcentaje del 0,75%.

En un honroso quinto peldaño emerge una red social como Badoo, aumentando un 4,3% su actividad interanual al inicio de 2014, y acumulando el 2,53% de toda la actividad nacional. Tampoco hay que olvidarse de Pinterest, una red social para compartir imágenes que también jalonó 2013 con muy buenos resultados, con un crecimiento interanual del 55,85%, copando el 0,28% de la actividad social y quedando en octavo lugar, según el pormenorizado análisis del estudio elaborado, codo a codo, por Jaime Miguel Miguel Tomé y José Carlos Soto.



José Carlos Soto

Por su parte, Meetic consiguió dar un salto hacia adelante de especial relevancia, dado que el aumento fue del 27,45%, copando el 0,42% de toda la actividad nacional. Meetic se merece finalmente un séptimo pues-

to en esta clasificación. También se dirige la lupa de ambos investigadores hacia un fenómeno sorprendente, como es la red social rusa Odnoklassniki, que logra colarse en el 'top ten', monopolizando un respetable 0,19% del conjunto, ofreciendo unos datos bastante similares a los que cosechó en el mes de enero de 2013.

Finalmente, otra aplicación que brilla con luz propia en España por la fiebre de seguidores que está arrasando es Spotify, con un aumento del 22% interanual en el número ponderado de búsquedas en España, tal como se pone de relieve en la investigación. El Máster en Social Media (<http://internet.usal.es/socialmedia>), donde imparte clases el profesor Jaime Miguel Tomé, está organizado por el grupo Bisite.