

Índice

TESIS DOCTORAL	1
Agradecimientos	5
Índice General	7
Índice de Figuras	23
Índice de Tablas	45
Resumen	51
Resum53	
Abstract	55
1. Introducción	57
1.1. Objeto de estudio	59
a. Temático	62
b. Idiomático	63
c. Temporal	63
d. Unidad de observación	64
1.2. Objetivos	65
1.2.1. Objetivo principal	65
1.2.2. Objetivos específicos	65
1.3. Justificación de la investigación	67
a. Metodológica	67
b. Práctica	68
c. Académica	68

1.4.	Tipo de investigación, metodología y fuentes	71
1.4.1.	Tipo de investigación	71
1.4.2.	Estructura del trabajo	72
1.5.	Fuentes de datos	73
1.6.	Fuentes de información	75
2.	Estado de la cuestión	77
2.1.	Periodismo digital	81
2.1.1.	Consumo de contenidos	81
2.1.1.1.	La transformación digital	81
2.1.1.2.	Tipos de medios y contenidos periodísticos	88
2.1.1.3.	Estructura de los contenidos en el periodismo digital	91
2.1.1.4.	Modelos de comunicación	92
2.1.1.5.	Periodismo automatizado y el procesamiento de la información	96
2.1.1.6.	Medición de audiencias online	99
2.1.1.7.	La publicidad en el periodismo digital	100
2.1.1.8.	El periodismo y la Blogosfera	103
2.1.2.	Twitter	105
2.1.2.1.	La red social	105
2.1.2.2.	Uso y tipos de contenidos	107
2.1.2.3.	Escucha activa	110
2.1.3.	Difusión de las noticias en Twitter	113
2.1.3.1.	La adaptación del periodismo a Twitter	113
2.1.3.2.	Twitter y la comunicación con la audiencia	115
2.1.3.3.	Twitter como fuente de noticias en tiempo real	118

2.2.	Medición web de éxito	123
2.2.1.	Analítica web	123
2.2.1.1.	Periodismo medible	123
2.2.1.2.	Minería de uso de la web	125
2.2.1.3.	KPI de la analítica web	130
2.2.1.4.	Metodologías de la analítica web	145
2.2.1.5.	Tests y experimentación	154
a)	Test A/B	154
b)	Test multivariante	155
c)	Test de experiencia	156
2.2.2.	Cibermetría	159
2.2.2.1.	Definición	159
2.2.2.2.	Áreas de trabajo e indicadores del análisis cibernético	163
2.2.2.3.	Rastreo de contenidos y redes de enlaces	166
2.2.2.4.	Áreas de estudio	177
2.2.2.5.	Análisis de la competencia	179
2.2.2.6.	Altimetría	184
2.2.3.	Analítica en Twitter	188
2.2.3.1.	Minería de datos en Twitter	188
2.2.3.2.	Análisis de la actividad	189
2.2.3.3.	Análisis de la autoridad	193
2.2.3.4.	Procesamiento de hashtags y spam	196
2.2.3.5.	Social Media Analytics	199
2.2.3.6.	Análisis de sentimientos	206

2.2.4.	Análisis de tendencias en Twitter	211
2.2.4.1.	La difusión de la información	211
2.2.4.2.	Detección y clasificación de tendencias	214
2.2.4.3.	Noticias de última hora	218
2.2.4.4.	Procesamiento semántico	220
2.2.4.5.	Predicción de tendencias	223
2.2.4.6.	Otros tipos de análisis	225
2.2.5.	Publicidad digital en la web	227
2.2.5.1.	La publicidad en la World Wide Web	227
2.2.5.2.	Optimización de la publicidad web	235
2.2.5.3.	Sistemas de anuncios web	249
2.2.5.4.	El fraude y el bloqueo de anuncios en la publicidad web	256
2.3.	Conclusiones del estado de la cuestión	259
3.	Metodología	261
3.1.	Antecedentes y marco metodológico	263
3.2.	Selección de los datos de estudio	269
3.3.	Selección de temáticas	273
3.4.	Indicadores	275
3.4.1.	Analítica del contenido en la web	276
3.4.2.	Analítica del contenido en la cuenta de Twitter	278
3.4.3.	Análisis de tendencias	278
3.5.	Instrumentos de recolección de datos	281
3.5.1.	API de informes de Google Analytics v4	281
3.5.2.	Twitter Standard API	284

3.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	289
3.6.1.	Tablas de la base de datos	290
3.6.2.	Procesos de recogida de datos	295
3.7.	Acotación y selección de las unidades de tiempo	299
3.8.	Procedimiento para la representación e interpretación de los datos	301
3.9.	Limitaciones metodológicas	307
4.	Resultados de la investigación	311
4.1.	Datos	313
4.1.1.	Resumen	313
4.1.2.	Variables	317
4.1.2.1.	Variables de éxito	319
4.1.2.2.	Variables de predicción	320
4.1.2.3.	Tabla de variables	321
4.1.3.	Objetivos estadísticos	322
4.2.	Fase 1. Análisis de los datos de entrenamiento	325
4.2.1.	Análisis de todos los artículos	326
4.2.1.1.	Variables de éxito	326
a)	Páginas vistas únicas (total)	326
b)	AdSense eCPM (promedio)	338
c)	Duración de la visita (promedio)	339
d)	Páginas vistas por sesión (promedio)	340
e)	Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio)	341
f)	Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio)	341
g)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	342

h)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	343
i)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio)	344
j)	Normalidad y equidistribución de los residuos	345
k)	Filtro de alta correlación	351
4.2.1.2.	Variables de predicción	353
a)	Número de tuits de la tendencia inicial (total)	353
b)	Número de retuits de la tendencia inicial (total)	354
c)	Número de retuits de la tendencia inicial (promedio)	355
d)	Número de favoritos de la tendencia inicial (total)	355
e)	Número de favoritos de la tendencia inicial (promedio)	356
f)	Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio)	357
g)	Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio)	358
h)	Número de tuits de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio)	359
i)	Edad en número de días de las cuentas de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio)	360
j)	Ratio de inclusión de URLs en los tuits de la tendencia inicial	361
k)	Normalidad y equidistribución de los residuos	362
l)	Filtro de alta correlación (colinealidad)	368
m)	Análisis de componentes principales (ACP)	370
4.2.1.3.	Regresión lineal múltiple	372
a)	Páginas únicas (total)	373
b)	Duración de la visita (promedio)	375
c)	Páginas vistas por sesión (promedio)	377

d)	Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio)	379
e)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio)	381
f)	Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito	383
4.2.1.4.	Regresión binomial negativa o de Poisson	384
a)	Filtro de alta correlación (colinealidad)	385
b)	Páginas únicas (total)	387
c)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	388
d)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	391
e)	Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito	393
4.2.2.	Análisis de otros conjuntos de artículos	395
4.2.3.	Resumen de todos los análisis	396
4.3.	Fase 2. Análisis de los datos de test	399
4.3.1.	Validación de la predicción de todos los artículos	401
4.3.2.	Validación de la predicción de los artículos de la categoría Cine	403
4.3.3.	Validación de la predicción de los artículos de la categoría Series	405
4.3.4.	Validación de la predicción de los artículos de la categoría Videojuegos	407
4.3.5.	Validación de la predicción de los artículos sobre Tráileres	409
4.4.	Selección de ecuaciones de predicción	411
4.5.	Discusión de los resultados finales	415
5.	Conclusiones	417
5.1.	Objetivos específicos	421
5.1.1.	Investigar el concepto de éxito en periodismo digital, la red social Twitter, la analítica web y la publicidad en la web	421
5.1.2.	Diseñar la metodología y determinar qué herramientas y reportes son necesarios	421

5.1.3.	Extraer los datos y procesarlos para obtener los indicadores	422
5.1.4.	Realizar regresiones que permitan obtener ecuaciones de predicción de las variables de éxito seleccionadas	422
5.1.5.	Validar las ecuaciones de predicción con datos de test y obtener su precisión	423
5.2.	Conclusiones generales	425
5.3.	Investigaciones relacionadas	427
5.3.1.	COMRED 2021, II Congreso Internacional Comunicación y Redes Sociales de la Sociedad de la Información	427
5.3.2.	CIMED 2021, I Congreso Internacional de Museos y Estrategias Digitales	428
5.4.	Limitaciones y futuras líneas de investigación	431
	Bibliografía	437
	Glosario	483
6.	Anexos	491
6.1.	Análisis de los subconjuntos de artículos	493
6.1.1.	Análisis de los artículos de la categoría Cine	493
6.1.1.1.	Variables de éxito	493
a)	Páginas vistas únicas (total)	493
b)	AdSense eCPM (promedio)	494
c)	Duración de la visita (promedio)	495
d)	Páginas vistas por sesión (promedio)	496
e)	Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio)	497
f)	Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio)	498
g)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	499
h)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	500

- i) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio) 501
- j) Normalidad y equidistribución de los residuos 502
- k) Filtro de alta correlación 508
- 6.1.1.2. Variables de predicción 510
 - a) Número de tuits de la tendencia inicial (total) 510
 - b) Número de retuits de la tendencia inicial (total) 511
 - c) Número de retuits de la tendencia inicial (promedio) 512
 - d) Número de favoritos de la tendencia inicial (total) 513
 - e) Número de favoritos de la tendencia inicial (promedio) 514
 - f) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 515
 - g) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 516
 - h) Número de tuits de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 517
 - i) Edad en número de días de las cuentas de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 518
 - j) Ratio de inclusión de URLs en los tuits de la tendencia inicial 519
 - k) Normalidad y equidistribución de los residuos 520
 - l) Filtro de alta correlación (colinealidad) 527
 - m) Análisis de componentes principales (ACP) 529
- 6.1.1.3. Regresión lineal múltiple 531
 - a) Páginas únicas (total) 532
 - b) Duración de la visita (promedio) 534
 - c) Páginas vistas por sesión (promedio) 536
 - d) Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio) 538

e)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio)	540
f)	Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito	542
6.1.1.4. Regresión binomial negativa o de Poisson 544		
a)	Filtro de alta correlación (colinealidad)	544
b)	Páginas únicas (total)	546
c)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	548
d)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	550
e)	Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito	553
6.1.2. Análisis de los artículos de la categoría Series 555		
6.1.2.1. Variables de éxito 555		
a)	Páginas vistas únicas (total)	555
b)	AdSense eCPM (promedio)	556
c)	Duración de la visita (promedio)	556
d)	Páginas vistas por sesión (promedio)	557
e)	Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio)	558
f)	Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio)	559
g)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	560
h)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	561
i)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio)	562
j)	Normalidad y equidistribución de los residuos	563
k)	Filtro de alta correlación	570
6.1.2.2. Variables de predicción 573		
a)	Número de tuits de la tendencia inicial (total)	573
b)	Número de retuits de la tendencia inicial (total)	573

- c) Número de retuits de la tendencia inicial (promedio) 574
 - d) Número de favoritos de la tendencia inicial (total) 575
 - e) Número de favoritos de la tendencia inicial (promedio) 576
 - f) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 577
 - g) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 578
 - h) Número de tuits de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 579
 - i) Edad en número de días de las cuentas de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 580
 - j) Ratio de inclusión de URLs en los tuits de la tendencia inicial 581
 - k) Normalidad y equidistribución de los residuos 582
 - l) Filtro de alta correlación (colinealidad) 590
 - m) Análisis de componentes principales (ACP) 592
- 6.1.2.3. Regresión lineal múltiple 594
- a) Páginas únicas (total) 595
 - b) AdSense eCPM (promedio) 597
 - g) Duración de la visita (promedio) 599
 - h) Páginas vistas por sesión (promedio) 601
 - c) Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio) 603
 - d) Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio) 605
 - e) Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total) 607
 - f) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio) 609
 - g) Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito 612
- 6.1.2.4. Regresión binomial negativa o de Poisson 613

a)	Filtro de alta correlación (colinealidad)	613
b)	Páginas únicas (total)	615
c)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	618
d)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	620
e)	Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito	623
6.1.3. Análisis de los artículos de la categoría Videojuegos		625
6.1.3.1. Variables de éxito		625
a)	Páginas vistas únicas (total)	625
b)	AdSense eCPM (promedio)	626
c)	Duración de la visita (promedio)	626
d)	Páginas vistas por sesión (promedio)	627
e)	Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio)	628
f)	Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio)	629
g)	Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total)	630
h)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total)	631
i)	Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio)	632
j)	Normalidad y equidistribución de los residuos	633
k)	Filtro de alta correlación	640
6.1.3.2. Variables de predicción		643
a)	Número de tuits de la tendencia inicial (total)	643
b)	Número de retuits de la tendencia inicial (total)	644
c)	Número de retuits de la tendencia inicial (promedio)	645
d)	Número de favoritos de la tendencia inicial (total)	646
e)	Número de favoritos de la tendencia inicial (promedio)	647

- f) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 648
 - g) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 649
 - h) Número de tuits de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 650
 - i) Edad en número de días de las cuentas de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 651
 - j) Ratio de inclusión de URLs en los tuits de la tendencia inicial 652
 - k) Normalidad y equidistribución de los residuos 653
 - l) Filtro de alta correlación (colinealidad) 661
 - m) Análisis de componentes principales (ACP) 664
- 6.1.3.3. Regresión lineal múltiple 666
- a) Páginas únicas (total) 667
 - b) AdSense eCPM (promedio) 669
 - c) Duración de la visita (promedio) 670
 - d) Páginas vistas por sesión (promedio) 671
 - e) Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio) 673
 - f) Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total) 674
 - g) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio) 676
 - h) Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito 678
- 6.1.3.4. Regresión binomial negativa o de Poisson 680
- a) Filtro de alta correlación (colinealidad) 680
 - b) Páginas únicas (total) 682
 - c) Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total) 684
 - d) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total) 686

- e) Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito 689
- 6.1.4. Análisis de los artículos de la categoría Tráileres 691
 - 6.1.4.1. Variables de éxito 691
 - a) Páginas vistas únicas (total) 691
 - b) AdSense eCPM (promedio) 692
 - c) Duración de la visita (promedio) 692
 - d) Páginas vistas por sesión (promedio) 693
 - e) Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio) 694
 - f) Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio) 695
 - g) Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total) 696
 - h) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total) 697
 - i) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio) 698
 - j) Normalidad y equidistribución de los residuos 699
 - k) Filtro de alta correlación 707
 - 6.1.4.2. Variables de predicción 709
 - a) Número de tuits de la tendencia inicial (total) 710
 - b) Número de retuits de la tendencia inicial (total) 710
 - c) Número de retuits de la tendencia inicial (promedio) 711
 - d) Número de favoritos de la tendencia inicial (total) 712
 - e) Número de favoritos de la tendencia inicial (promedio) 713
 - f) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 714
 - g) Número de seguidores de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 715

- h) Número de tuits de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 716
 - i) Edad en número de días de las cuentas de los usuarios que hablan sobre la tendencia inicial (promedio) 717
 - j) Ratio de inclusión de URLs en los tuits de la tendencia inicial 718
 - k) Normalidad y equidistribución de los residuos 719
 - l) Filtro de alta correlación (colinealidad) 727
 - m) Análisis de componentes principales (ACP) 729
- 6.1.4.3. Regresión lineal múltiple 731
- a) Páginas únicas (total) 732
 - b) AdSense eCPM (promedio) 734
 - c) Duración de la visita (promedio) 736
 - d) Páginas vistas por sesión (promedio) 738
 - e) Nº de retuits en la cuenta del medio (promedio) 741
 - f) Nº de favoritos en la cuenta del medio (promedio) 743
 - g) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (promedio) 745
 - h) Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito 747
- 6.1.4.4. Regresión binomial negativa o de Poisson 749
- a) Filtro de alta correlación (colinealidad) 749
 - b) Páginas únicas (total) 751
 - c) Nº de tuits de la tendencia 14 días después (total) 753
 - d) Nº de retuits de la tendencia 14 días después (total) 756
 - e) Resumen de relaciones entre variables de predicción y de éxito 758
- 6.2. API de informes de Google Analytics v4 761
- 6.2.1. Cuerpo de la solicitud 761

6.2.2. Cuerpo de la respuesta	762
6.2.3. Autorización	762
6.2.4. ReportRequest	763
6.2.5. DateRange	768
6.2.6. Muestreo	769
6.2.7. Dimensión	770
6.2.8. DimensionFilterClause	772
6.2.9. FilterLogicalOperator	773
6.2.10. DimensionFilter	774
6.2.11. Operador	775
6.2.12. Métrica	777
6.2.13. MetricType	778
6.2.14. MetricFilterClause	779
6.2.15. MetricFilter	780
6.2.16. Operador	781
6.2.17. OrderBy	782
6.2.18. OrderType	783
6.2.19. SortOrder	784
6.2.20. Segmento	784
6.2.21. DynamicSegment	785
6.2.22. SegmentDefinition	786
6.2.23. SegmentFilter	787
6.2.24. SimpleSegment	789
6.2.25. OrFiltersForSegment	790

6.2.26. SegmentFilterClause	791
6.2.27. SegmentDimensionFilter	792
6.2.28. Operador	793
6.2.29. SegmentMetricFilter	795
6.2.30. Alcance	796
6.2.31. Operador	797
6.2.32. SequenceSegment	798
6.2.33. SegmentSequenceStep	799
6.2.34. MatchType	799
6.2.35. Tabla dinámica	800
6.2.36. CohortGroup	803
6.2.37. Cohorte	806
6.2.38. Tipo	807
6.2.39. Informe	808
6.2.40. ColumnHeader	809
6.2.41. MetricHeader	810
6.2.42. MetricHeaderEntry	810
6.2.43. PivotHeader	811
6.2.44. PivotHeaderEntry	812
6.2.45. ReportData	813
6.2.46. ReportRow	816
6.2.47. DateRangeValues	817
6.2.48. PivotValueRegion	818
6.2.49. Parámetros de consulta estándar	818

6.2.50. Límites y cuotas en las solicitudes a la API	820
6.2.51. Respuestas de error	820
6.2.51.1. Tabla de errores	821
6.2.52. Informes de Google Ad Manager	824
6.3. Listado completo de dimensiones y métricas de la API de informes de Google Analytics	827
6.3.1. Usuario	827
6.3.1.1. Dimensiones	827
6.3.1.2. Métricas	827
6.3.2. Sesión	827
6.3.2.1. Dimensiones	827
6.3.2.2. Métricas	827
6.3.3. Fuentes de tráfico	828
6.3.3.1. Dimensiones	828
6.3.3.2. Métricas	828
6.3.4. Adwords	828
6.3.4.1. Dimensiones	828
6.3.4.2. Métricas	829
6.3.5. Conversiones de objetivos	829
6.3.5.1. Dimensiones	829
6.3.5.2. Métricas	830
6.3.6. Plataforma o dispositivo	830
6.3.6.1. Dimensiones	830
6.3.7. Red geográfica	831
6.3.7.1. Dimensiones	831

6.3.8. Sistema	831
6.3.8.1. Dimensiones	831
6.3.9. Seguimiento de página	832
6.3.9.1. Dimensiones	832
6.3.9.2. Métricas	832
6.3.10. Agrupación de contenido	832
6.3.10.1. Dimensiones	832
6.3.10.2. Métricas	833
6.3.11. Búsqueda interna	833
6.3.11.1. Dimensiones	833
6.3.11.2. Métricas	833
6.3.12. Velocidad del sitio	834
6.3.12.1. Métricas	834
6.3.13. Seguimiento de aplicaciones	834
6.3.13.1. Dimensiones	834
6.3.13.2. Métricas	835
6.3.14. Seguimiento de eventos	835
6.3.14.1. Dimensiones	835
6.3.14.2. Métricas	835
6.3.15. Comercio electrónico	835
6.3.15.1. Dimensiones	835
6.3.15.2. Métricas	836
6.3.16. Interacciones sociales	837
6.3.16.1. Dimensiones	837

6.3.16.2.	Métricas	837	
6.3.17.	Tiempos de usuario	838	
6.3.17.1.	Dimensiones	838	
6.3.17.2.	Métricas	838	
6.3.18.	Excepciones	838	
6.3.18.1.	Dimensiones	838	
6.3.18.2.	Métricas	838	
6.3.19.	Experimentos de contenido	838	
6.3.19.1.	Dimensiones	838	
6.3.20.	Variables o columnas personalizadas	839	
6.3.20.1.	Dimensiones	839	
6.3.20.2.	Métricas	839	
6.3.21.	Tiempo	839	
6.3.21.1.	Dimensiones	839	
6.3.22.	DoubleClick Campaign Manager	840	
6.3.22.1.	Dimensiones	840	
6.3.22.2.	Métricas	841	
6.3.23.	Audiencia	841	
6.3.23.1.	Dimensiones	841	
6.3.24.	AdSense	842	
6.3.24.1.	Métricas	842	
6.3.25.	Editor	842	
6.3.25.1.	Métricas	842	
6.3.26.	Ad Exchange	842	

6.3.26.1.	Métricas	842
6.3.27.	Reabastecimiento de DoubleClick para editores	843
6.3.27.1.	Dimensiones	843
6.3.27.2.	Métricas	843
6.3.28.	DoubleClick para editores	843
6.3.28.1.	Métricas	843
6.3.29.	Valor del tiempo de vida y cohortes	844
6.3.29.1.	Dimensiones	844
6.3.29.2.	Métricas	844
6.3.30.	Agrupación de canales	845
6.3.30.1.	Dimensiones	845
6.3.31.	DoubleClick Bid Manager	845
6.3.31.1.	Dimensiones	845
6.3.31.2.	Métricas	846
6.3.32.	Búsqueda de DoubleClick	846
6.3.32.1.	Dimensiones	846
6.3.32.2.	Métricas	846
6.4.	Twitter Standard API	848
6.4.1.	Métodos de autenticación	851
6.4.2.	Tweet JSON	852
6.4.2.1.	Tuits	853
6.4.2.2.	Tuits Extendidos	854
6.4.2.3.	Retuits y citas	856
6.4.2.4.	Retuits	856

6.4.2.5.	Citas	858	
6.4.2.6.	Buenas prácticas	860	
6.4.3.	Objeto Tweet	860	
6.4.3.1.	Diccionario de datos de tuits	861	
6.4.3.2.	Atributos adicionales de Tuit	872	
6.4.3.3.	Atributos obsoletos	874	
6.4.4.	Objeto Usuario	874	
6.4.4.1.	Diccionario de datos de usuario	875	
6.4.4.2.	Atributos ya no admitidos (obsoletos)	879	
6.4.4.3.	Objeto de usuario de ejemplo	882	
6.4.5.	Objeto Entidades	884	
6.4.5.1.	Diccionario de datos de entidades	886	
6.4.5.2.	Objeto hashtag	893	
6.4.5.3.	Objeto multimedia	894	
6.4.5.4.	Objetos de tamaño de medio	899	
6.4.5.5.	Formato de URL de medios fotográficos	901	
6.4.5.6.	Objeto URL	905	
6.4.5.7.	Objeto de mención de usuario	907	
6.4.5.8.	Objeto símbolo	908	
6.4.5.9.	Objeto de encuesta	909	
6.4.5.10.	Retuits y Citas de Tuits	910	
6.4.5.11.	Retuits	911	
6.4.5.12.	Citas	911	
6.4.5.13.	Entidades para objeto de usuario	912	

6.4.6.	GET statuses/user_timeline	914
6.4.6.1.	URL del recurso	914
6.4.6.2.	Información de recursos	914
6.4.6.3.	Parámetros	915
6.4.6.4.	Paginación	917
6.4.7.	API de búsqueda estándar	919
6.4.7.1.	URL del recurso	919
6.4.7.2.	Información de recursos	919
6.4.7.3.	Parámetros	920
6.4.7.4.	Operadores	923
6.4.7.5.	Operadores independientes	924
6.4.7.6.	Operadores de entidad	928
6.4.7.7.	Paginación	931
6.4.8.	GET followers/ids	933
6.4.8.1.	URL del recurso	934
6.4.8.2.	Información de recursos	934
6.4.8.3.	Parámetros	934
6.4.9.	Códigos de respuesta	937
6.4.9.1.	Códigos de estado HTTP	937
6.4.9.2.	Mensajes de error	939
6.4.9.3.	Códigos de error	939
6.4.10.	Límites y cuotas en las solicitudes a la API	949
6.4.10.1.	Por usuario o por aplicación de desarrollador	949
6.4.10.2.	Ventanas de 15 minutos	949

6.4.10.3.	Encabezados HTTP y códigos de respuesta	949
6.4.10.4.	Límites de las solicitudes GET y POST	950
6.4.10.5.	Consejos para evitar tener una tarifa limitada	951
6.4.10.6.	Streaming API	952
6.4.10.7.	Patrón de retroceso exponencial para streaming	952
6.4.10.8.	Límites por ventana por recurso	953