

Desarraigo cultural en contenidos de internet: un análisis para América Latina

Lic. Fernando Callorda, Investigador, Centro de Tecnología y Sociedad, Universidad de San Andrés
Profesor e Investigador, ESEADE (Argentina)

Dr. Raúl L. Katz, Profesor Adjunto, División de Finanzas y Economía, Columbia Business School
Director, Estudios de Estrategia Empresarial, Columbia Institute of Tele-information

***CPR – LATAM
VIII Conferencia Anual
Bogotá, Colombia
30 de mayo, 2014***

Uno de los estímulos más importantes para aumentar la digitalización es el desarrollo de contenidos locales de Internet

- Falta de interés o relevancia limitada es una de las razones citadas más frecuentemente por individuos que no usan Internet
- Este factor está vinculado a preferencias e incentivos que varían por comunidad e individuos, lo que resulta un desafío para los desarrolladores de contenido en la medida que no existe una única solución al problema de la falta de contenido local
- Existen tres dimensiones que ayudan a aumentar la relevancia e interés de los usuarios en contenido de Internet
 - Efectos de red
 - Aplicaciones, contenidos y servicios con alto valor agregado tangible (servicios de salud preventiva, oferta remota de servicios de administración pública)
 - Adaptación cultural y lingüística

Esta investigación tiene como objetivo analizar cuantitativamente la situación de contenidos de Internet en América Latina

- Determinar la importancia de contenidos locales en el ranking de contenidos más visitados
- Esta investigación es efectuada a partir de estadísticas generadas por el sitio Alexa, a partir del análisis del número de visitantes únicos diarios a cada sitio en cada país y el tiempo promedio de permanencia
- Esto se diferencia de trabajos pioneros como el de Bruegge, 2011 donde se destacan las medidas principales para calcular el uso de contenido local por país, sin generar una métrica única para comparar la situación de cada región o país

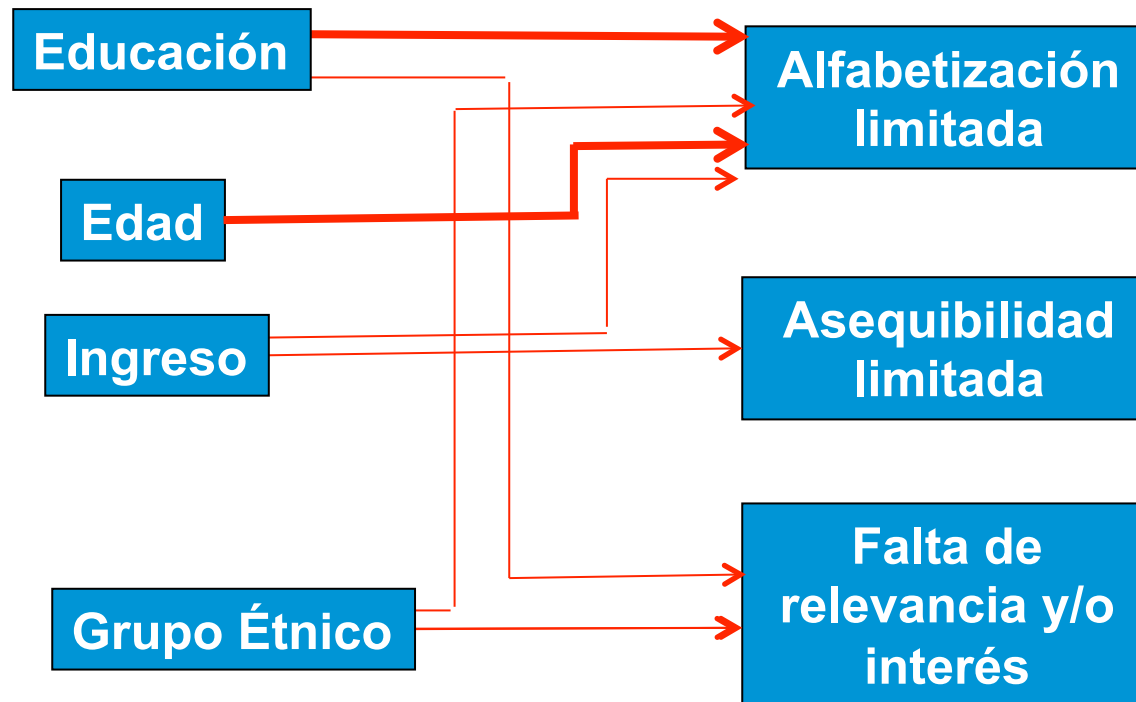
Agenda

- Literatura existente y marco teórico
- Datos y metodología
- Resultados de la investigación
- Implicancias de política pública

La brecha de la demanda de banda ancha puede ser explicada por tres barreras a la adopción

FACTORES ESTRUCTURALES

BARRERAS A LA ADOPCIÓN



Fuente: Análisis de los autores

Existen múltiples investigaciones que muestran que la falta de contenidos locales explica una porción importante de la brecha

- Estados Unidos: 27% de los no adoptantes de banda ancha indican falta de relevancia o interés (NTIA, 2011)
- España: 66% de los no adoptantes de banda ancha mencionan falta de relevancia/interés (INE, 2011)
- Chile: 24% de los hogares con computadora que no adoptan banda ancha mencionan falta de relevancia/interés (SUBTEL, 2009)
- México: 60% de los hogares con computadora que no adoptan banda ancha mencionan falta de relevancia/interés (INEGI, 2010)
- Brasil: 13,33% de los hogares con posibilidad de acceso de banda ancha citan falta de relevancia/interés como barrera a la adopción

Por otro lado, la investigación en la medición de contenidos locales es mucho mas escasa (I)

- Bruegge (2011) describe una serie de métricas para cuantificar el contenido local
 - El estudio utiliza una serie de variables alternativas que se encuentran desagregadas por economía o país, tales como el número de suscriptores a Facebook, el número de dominios registrados en el país, el número de diarios digitales, el número de estaciones de radio en línea, el número de fotografías geolocalizadas en Flickr y el número de videos de You Tube
 - Alternativamente propone otras formas de medir el contenido local, pero donde el máximo nivel de desagregación que se puede realizar es el idioma (número de sitios web por idioma, el número de entradas de Wikipedia por idioma, el número de *blogs* por idioma o el número de tweets por idioma)
 - La investigación concluye que todas estas medidas tienen falencias, dado los sesgos en las series o la falta de datos de cada una, y que es necesario crear un índice compuesto

Por otro lado, la investigación en la medición de contenidos locales es mucho mas escasa (II)

- Internet Society (ISOC), OECD, UNESCO (2011) estima la relación existente entre el contenido local y el desarrollo de internet
 - Análisis econométrico para 38 países de Europa y de Asia: una relación positiva entre el número de dominios registrados en el país, el número de artículos de Wikipedia en idioma local, y el número de *blogs* en idioma local (como medidas del contenido local disponible) con el número de suscripciones a banda ancha, el ancho de banda internacional por habitante, el número de direcciones IPv4 por habitante y el número de sistemas autónomos por habitante (como medidas de la infraestructura de internet)
 - Un mayor porcentaje de contenido local aumenta el interés de las personas por el servicio de internet, lo que genera, a su vez, un mayor uso en cantidad de usuarios y en volumen de datos. Por otro lado, dado que el contenido está alojado localmente, los operadores pueden ofrecer tarifas más económicas o mejores velocidades de descarga

De esta manera, nos proponemos avanzar sobre la literatura existente en numerosas dimensiones

- Enfocarse en América Latina, en tanto es una región que no ha sido estudiada hasta la fecha
- Crear un índice ponderado de popularidad, lo que permite determinar la composición originaria de contenidos más populares
- Desdoblar el análisis local entre “puramente local” e “internacional adaptado”
- Analizar los contenidos más populares en términos de impacto social
- Comenzar a analizar el impacto de los contenidos locales en el cerramiento de la brecha de demanda

Agenda

- Literatura existente y marco teórico
- Datos y metodología
- Resultados de la investigación
- Implicancias de política pública

El análisis presenta la composición de los 100 sitios de Internet más populares de tráfico en America Latina

- Basado en estadísticas de tráfico de Alexa
 - Número de visitantes diarios al sitio: Número de veces que cada visitante accede al sitio
 - Tiempo que cada usuario permanece en un sitio: Duración promedio en minutos, de cada visitante al sitio
- Se genera un índice de popularidad prorrateando las estadísticas para cada sitio
- Se agrupan los sitios de acuerdo a tres categorías
 - Sitio internacional (contenidos internacionales, en idiomas que no son castellano): por ejemplo, Amazon.com
 - Sitios locales : por ejemplo, diarios del país (La Nación para Argentina)
 - Sitios internacionales adaptados (sitios internacionales que han sido traducidos al castellano, que contienen información local o aceptan contenidos de usuarios del país): por ejemplo, Google

Estructura de la base de datos original

- A Octubre de 2013, se relevó del sitio Alexa.com información sobre los 100 sitios más visitados para cada país de América Latina
- De cada sitio se obtuvo información sobre
 - Ranking, dentro del país, del número de visitas al sitio
 - Número promedio de veces que cada visitante accede al sitio por día
 - Tiempo promedio en minutos de cada visita
- Para cada sitio relevado, se determina el origen del contenido

Cálculo del índice de popularidad

- Para cada sitio se pondera la información recolectada de Alexa del siguiente modo:
 - 80% posición en el ranking de sitios más visitados
 - 20% Número promedio de visitas diarias de cada visitante
- En cuanto a la primera métrica, los puntos que se otorgan por la posición en el ranking se determina del siguiente modo:

$$\text{Puntos de ranking} = 101 - \text{Posición en el ranking}$$

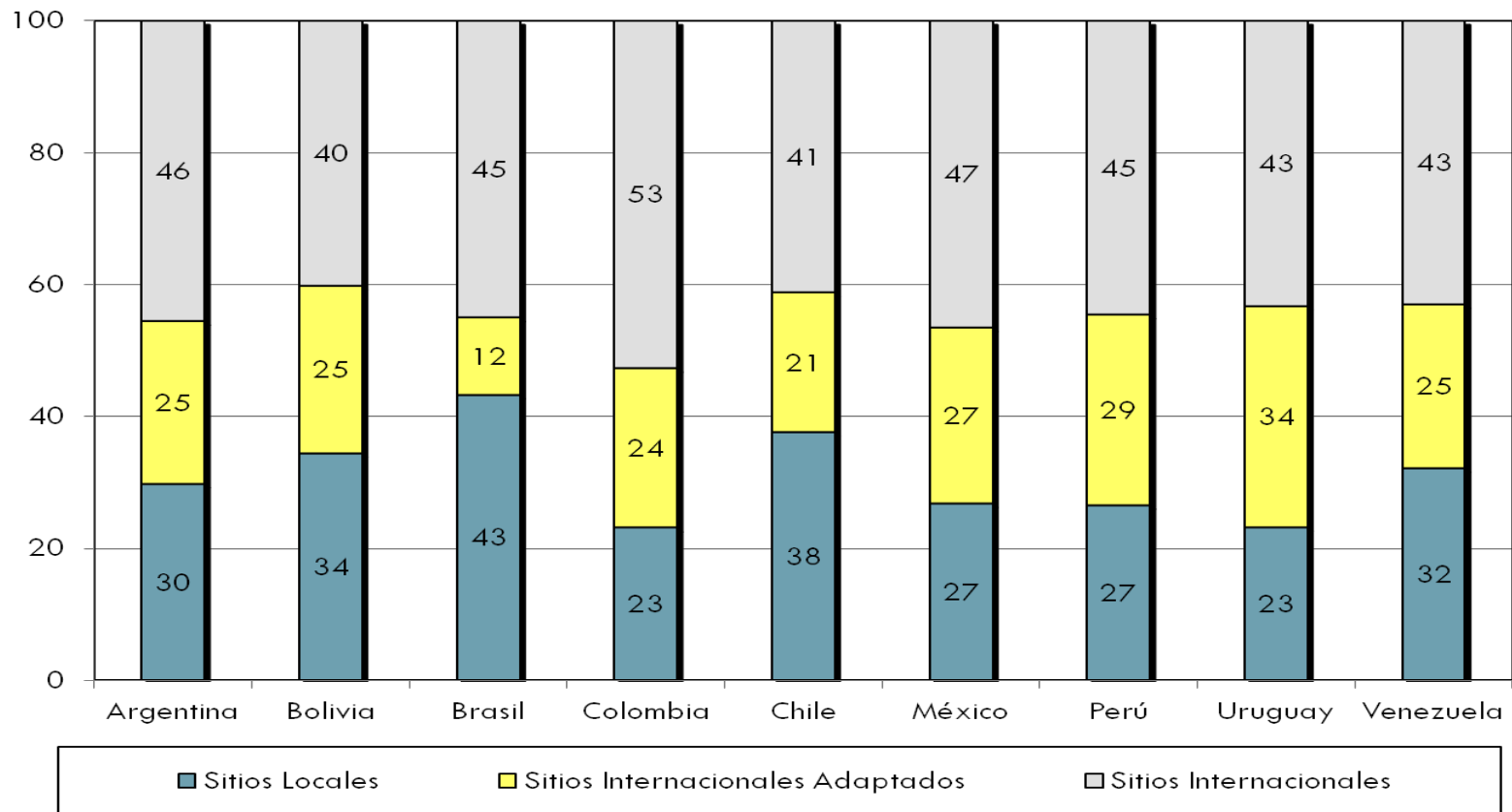
- Por ejemplo, Google Argentina obtiene el siguiente puntaje
 - 100 puntos por ser el sitio más visitado de Argentina, ponderado en 80% (80 puntos)
 - 10,39 visitas diarias, ponderado en 20% (2,08 puntos)
 - Índice de popularidad 82,08

Agenda

- Literatura existente y marco teórico
- Datos y metodología
- Resultados de la investigación
- Implicancias de política pública

América Latina enfrenta un desafío importante en términos de contenidos locales limitados

AMÉRICA LATINA: COMPOSICION DE LOS 100 SITIOS DE INTERNET MÁS POPULARES (en porcentaje)



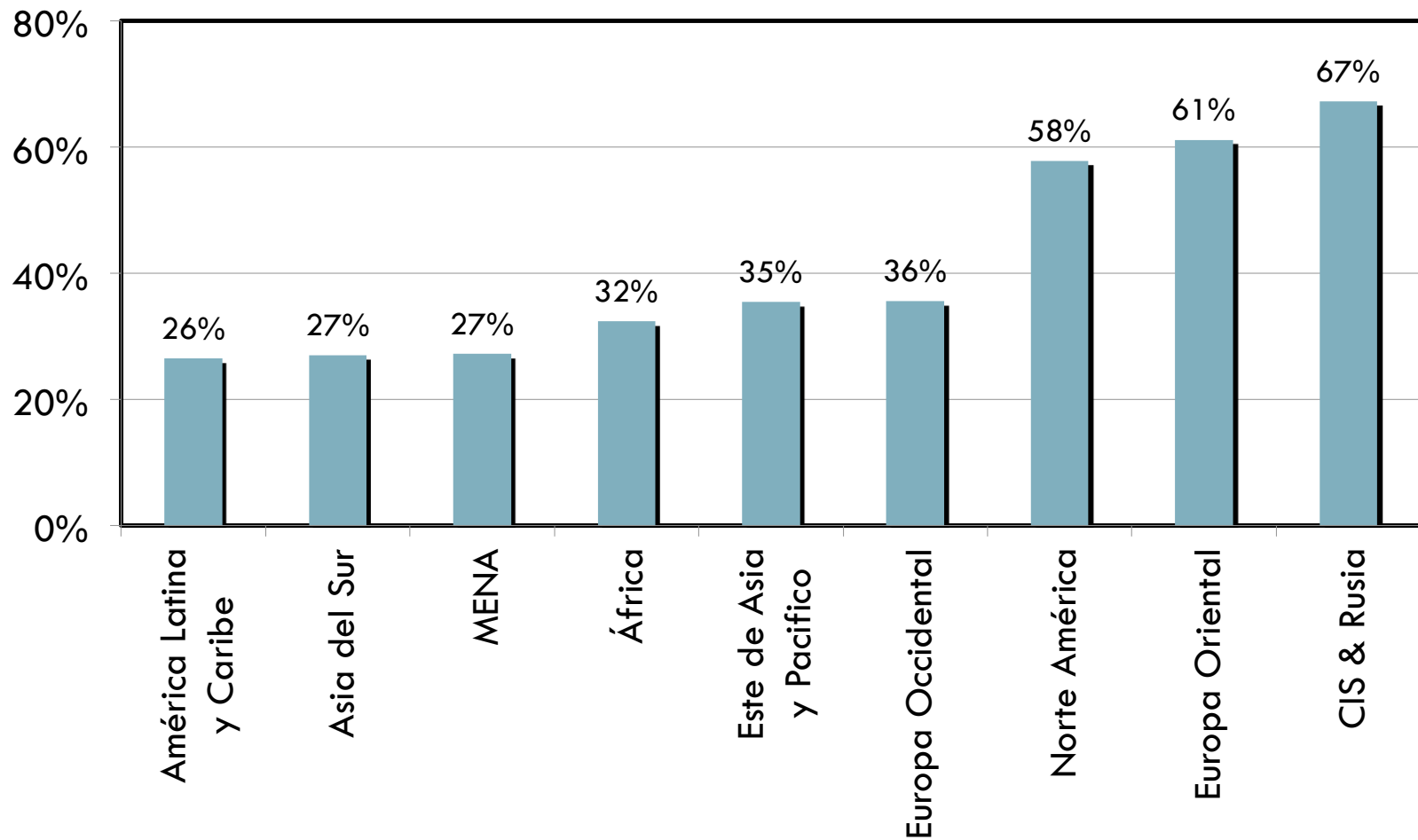
Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

Solamente 26,47% de los 100 sitios más populares de América Latina son puramente locales

	Sitios Locales	Sitios Internacionales	Sitios Internacionales Adaptados
Argentina	29,77%	24,67%	45,56%
Bolivia	34,42%	25,38%	40,20%
Brasil	43,27%	11,70%	45,03%
Chile	37,61%	21,15%	41,24%
Colombia	23,06%	24,25%	52,68%
Costa Rica	23,12%	29,88%	47,00%
Ecuador	25,85%	23,00%	51,16%
El Salvador	17,90%	43,24%	38,86%
Guatemala	24,51%	33,25%	42,24%
Honduras	22,22%	37,76%	40,02%
Jamaica	14,64%	44,29%	41,07%
México	26,75%	26,72%	46,53%
Nicaragua	20,95%	36,51%	42,54%
Paraguay	24,16%	39,07%	36,77%
Perú	26,51%	28,90%	44,58%
Uruguay	23,16%	33,60%	43,24%
Venezuela	32,14%	24,86%	43,01%
PROMEDIO REGIÓN	26,47%	29,90%	43,63%

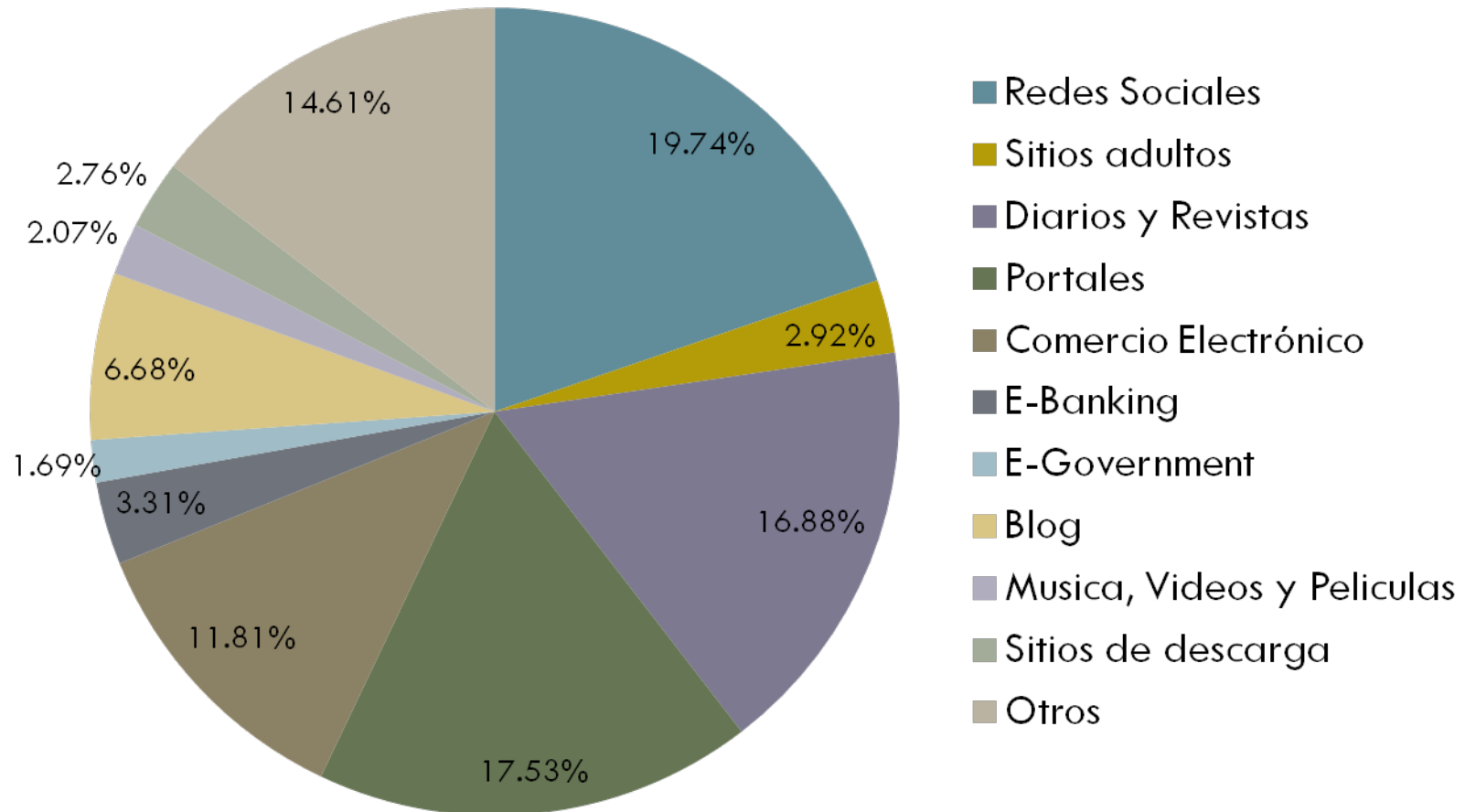
Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

Cuando es comparada con otras regiones, América Latina tiene un marcado retraso en la disponibilidad de contenido local



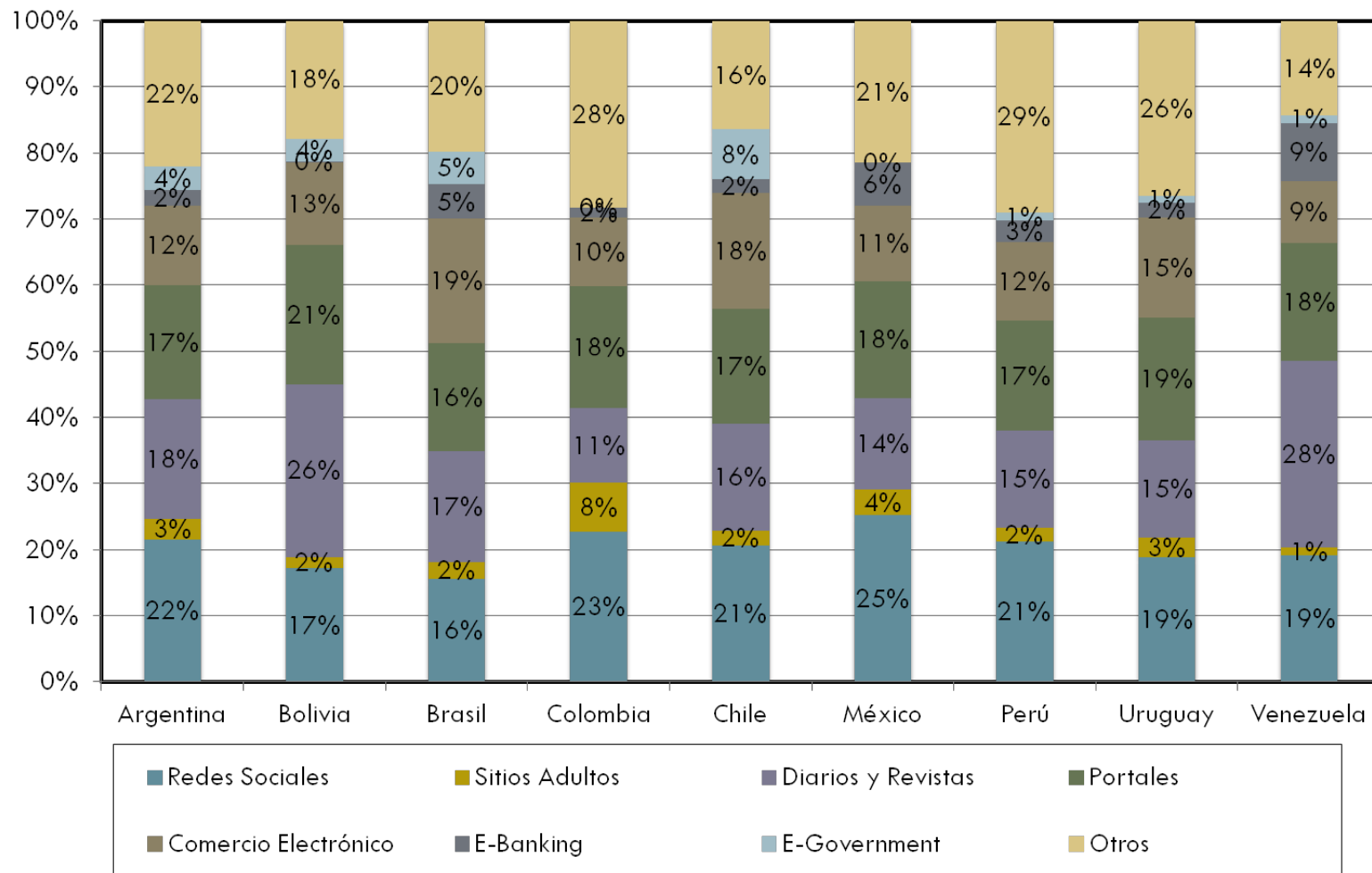
Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

El análisis de contenidos medidos sólo por el índice de popularidad indica que las redes sociales representan el 19,74% del tráfico total



Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

De este modo, los sitios más visitados se caracterizan por ser de bajo impacto social



Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

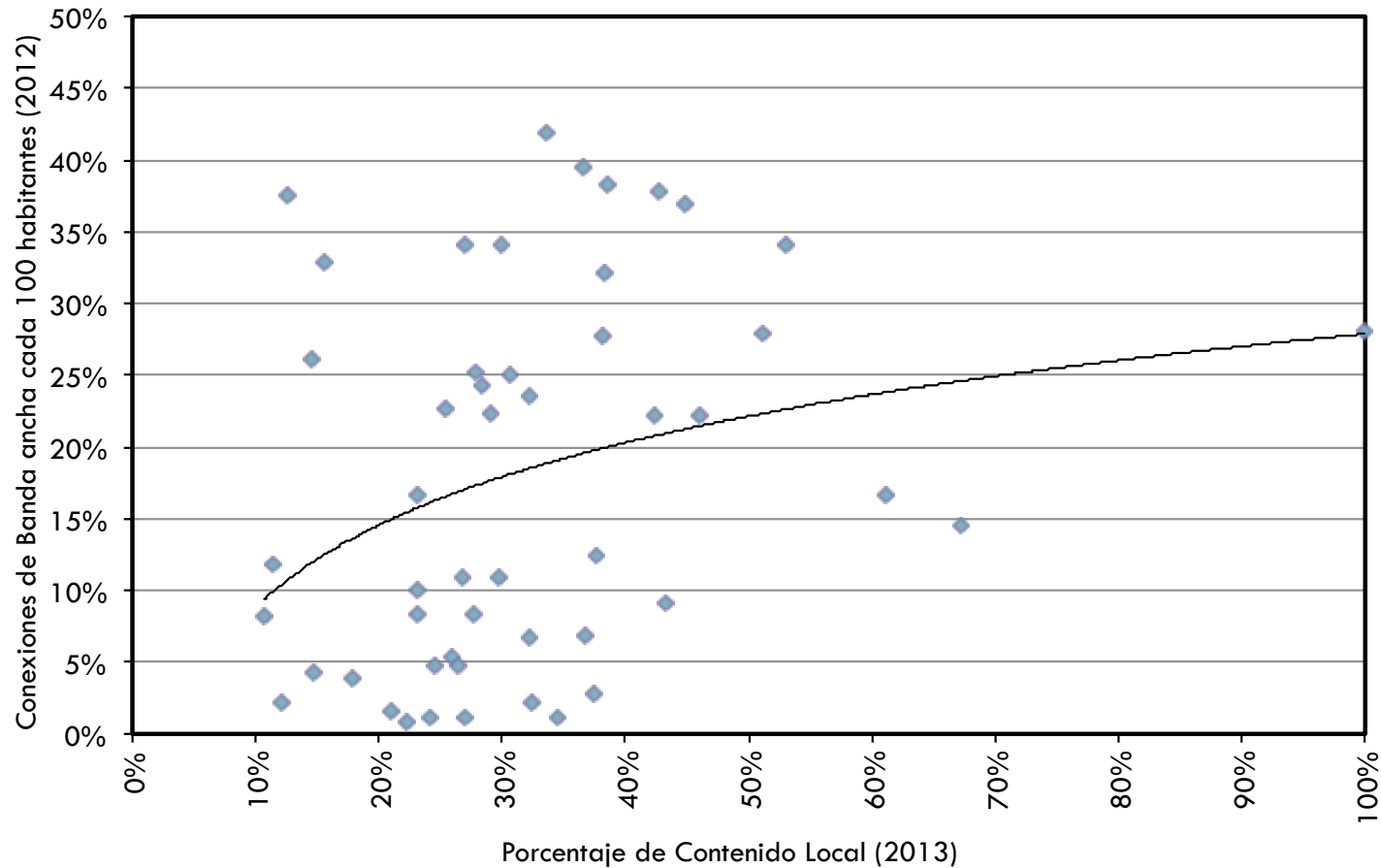
En sitios de contenido “adaptados al contenido local”, el lenguaje prevaleciente es el inglés

WIKIPEDIA: RANKING EN AMÉRICA LATINA Y PORCENTAJE DE ARTÍCULOS EN LENGUA LOCAL

País	Ranking	Porcentaje de Artículos en Lengua Local Dominante
Argentina	8	3,82%
Brasil	10	3,12%
Chile	5	3,31%
Colombia	8	4,02%
Ecuador	8	3,35%
Jamaica	7	17,94%
México	7	3,96%
Perú	9	3,39%
Uruguay	9	3,74%
Venezuela	12	3,91%

Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Wikipedia

La generación de contenido específico local aumenta el interés de la población por el servicio de banda ancha



Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa e ITU

Argentina: De los sitios más populares en Argentina, solo 27,48% contienen un valor agregado tangible a nivel local

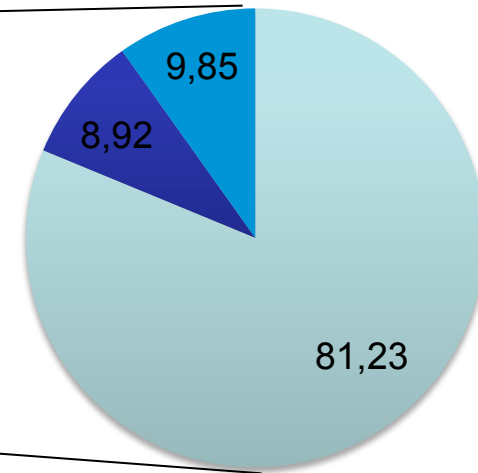
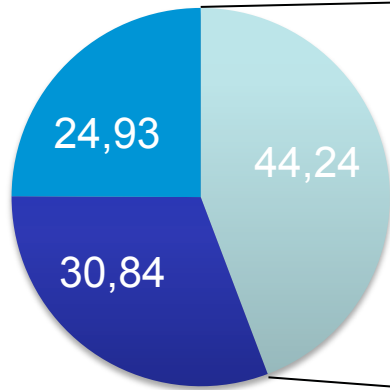
ARGENTINA: COMPOSICION DE LOS 100 SITIOS DE INTERNET MAS POPULARES (en porcentaje de trafico)

	Locales	Internacionales Adaptados	Internacionales
Red Social	1,76 %	17,45 % (Facebook)	2,40 %
Adulto	0,93 %	0,00 %	2,22 %
Diarios y Revistas	17,86 %	0,00 %	0,18 %
Portales	0,00 %	13,21 %	4,08 %
Comercio electronico	3,60%	4,55 % (Amazon)	3,78 %
Banca electronica	2,40 %	0,00 %	0,00 %
Gobierno electronico	3,62 %	0,00 %	0,00 %
Blogs	0,00 %	6,53 %	0,00 %
Musica, videos y peliculas	0,30 %	0,00 %	1,43 %
Descarga	0,00 %	0,97 %	3,92 %
Otro	0,71 %	2,34 %	5,76 %

Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

Argentina: De los sitios considerados como adaptados a las condiciones locales, 10% son meras traducciones a la lengua local

ARGENTINA: COMPOSICIÓN DE LOS 100 SITIOS DE INTERNET MÁS POPULARES



■ Internacional Adaptado
■ Local
■ Internacional

■ Contenido Local
■ Información Local
■ Lengua Local

De los 100 sitios más populares en Argentina, 25 son internacionales, 5 son traducciones del inglés y 39 son adaptaciones de sitios desarrollados en el extranjero

Argentina: La ausencia de contenidos locales en un contexto de homogeneización cultural en Internet es preocupante

ARGENTINA: QUINCE SITIOS DE INTERNET MÁS POPULARES

Ranking	Sitio	Tipo	Origen
1	Google.com.ar	Buscador	Internacional adaptado
2	Facebook	Red Social	Internacional Adaptado
3	Google	Buscador	Puramente internacional
4	YouTube	Red Social	Internacional Adaptado
5	Windows Live	Portal	Internacional Adaptado
6	Mercado Libre	Comercio electrónico	Puramente Local
7	Yahoo!	Portal	Internacional Adaptado
8	Wikipedia	Portal informativo	Internacional Adaptado
9	La Nación	Diarios y Revistas	Puramente Local
10	Clarín	Diarios y Revistas	Puramente Local
11	Twitter	Red Social	Internacional Adaptado
12	Taringa!	Red Social	Puramente Local
13	LinkedIn	Red Social	Internacional Adaptado
14	Infobae	Diarios y Revistas	Puramente Local
15	Ole	Diarios y Revistas	Puramente Local

Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

Argentina: Por ejemplo, Wikipedia, el octavo sitio más popular en Argentina, exhibe ciertas características negativas

- Restricción lingüística: solamente 3,7% de los 27.300.000 artículos están escritos en español
- Cobertura limitada y desigual: los artículos en juegos de video y estrellas de pornografía son extensos y detallados mientras que aquellos referentes a escritoras de ficción son limitados (el 90% de los 31.000 editores son de genero masculino, con una preponderancia estadounidense y un perfil esencialmente tecnológico)
- Contenido sesgado: 84% de los artículos con referencia geográfica están ligados a Europa o América del Norte; Antártida tiene más referencias que cualquier país de América Latina
- Wikipedia ha llevado a que otras opciones de información enciclopédica hayan cerrado (Encarta) o se hayan transformado en servicios pagos (Enciclopedia Británica cobra US\$ 70 anuales por acceso en línea)
- En este sentido, una plataforma posicionada como un bien público aumenta los costos de búsqueda informativa en lugar de reducirlos

Bolivia: De los sitios más populares en Bolivia, solo 31,06 % contienen un valor agregado tangible a nivel local

BOLIVIA: COMPOSICIÓN DE LOS 100 SITIOS DE INTERNET MÁS POPULARES (en porcentaje de tráfico)

	Locales	Internacionales Adaptados	Internacionales
Red Social	0,24 %	14,40 %	2,59 %
Adulto	0,00 %	0,00 %	1,70 %
Diarios y Revistas	21,68 %	0,00 %	4,48 %
Portales	0,00 %	13,94 %	7,07 %
Comercio electronico	5,86 %	4,20 %	2,48 %
Banca electronica	0,08 %	0,00 %	0,00%
Gobierno electronico	3,52 %	0,00 %	0,00%
Blogs	0,00%	3,58 %	0,00%
Musica, videos y peliculas	0,00 %	0,10 %	0,30 %
Descarga	0,00 %	1,27 %	1,68 %
Otro	2,10 %	4,16 %	4,57 %

Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

Bolivia: la ausencia de contenidos locales en un contexto de homogeneización cultural en internet es preocupante

BOLIVIA: QUINCE SITIOS DE INTERNET MÁS POPULARES

Ranking	Sitio	Tipo	Origen
1	Google.com.bo	Buscador	Internacional adaptado
2	Facebook	Red Social	Internacional Adaptado
3	Google	Buscador	Puramente internacional
4	YouTube	Red Social	Internacional Adaptado
5	Windows Live	Portal	Internacional Adaptado
6	Yahoo!	Portal	Internacional Adaptado
7	Blogspot.com	Blog	Internacional Adaptado
8	Wikipedia	Portal informativo	Internacional Adaptado
9	Eldeber.com.bo	Diarios y Revistas	Puramente Local
10	Gob.bo	Gobierno Electrónico	Puramente Local
11	Taringa!	Red Social	Puramente internacional
12	La Razón	Diarios y Revistas	Puramente Local
13	TuMomo	Comercio Electrónico	Puramente Local
14	IBCE	Gobierno Electrónico	Puramente Local
15	El Día	Diarios y Revistas	Puramente Local

Fuente: Análisis de los autores en base a datos de Alexa

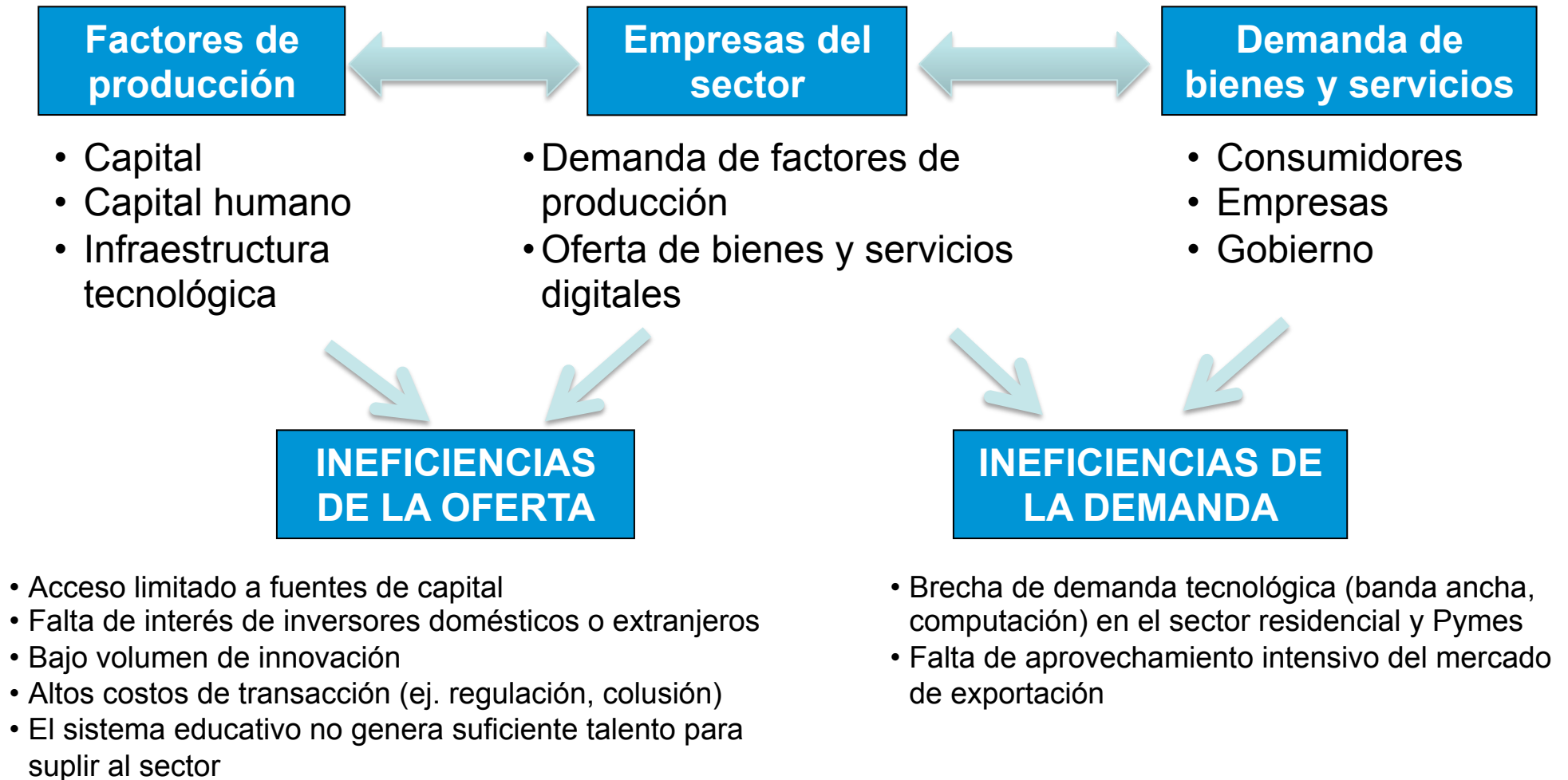
Agenda

- Literatura existente y marco teórico
- Datos y metodología
- Resultados de la investigación
- Implicancias de política pública

América Latina necesita acelerar la implantación de una política tendiente a desarrollar contenidos locales

- La falta de contenidos locales representa una barrera fundamental al desarrollo de la digitalización
- La situación actual de contenidos de Internet en Argentina muestra un retraso en el desarrollo de material local con el consecuente predominio de contenidos extranjeros o contenidos extranjeros adaptados
- El análisis de contenidos también muestra un predominio de plataformas de impacto social limitado
- Esta situación pone de relevancia la urgencia en el desarrollo de una política tendiente al desarrollo de contenidos locales relevantes

Sin embargo, para alcanzar esta meta, el país debe enfrentar dos tipos de ineficiencias estructurales



Para resolver estas ineficiencias, se podría considerar la creación de una agencia responsable de garantizar el desarrollo del sector

