

## ECONOMÍA

# Latinos adictos al Facebook



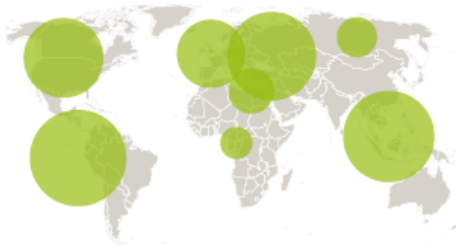
Siete y media de la mañana. El despertador da el primer timbrazo. Manuel, apenas abre los ojos, coge su móvil, desactiva la alarma y, casi de forma automática, accede a Facebook. Aun sin haber puesto un pie en el suelo, este chico mexicano de 31 años conoce los detalles de la vida de sus 1.040 contactos. El reloj marca las 07.45 horas y el primer paseo digital, de casi una decena que hace durante el día, ha terminado.

En Latinoamérica, el caso de Manuel no es en absoluto excepcional. En esta región —con una penetración de Internet del 50,1%—, el uso de las redes sociales es el más intenso del mundo. La proporción de usuarios que tiene una cuenta en estas plataformas, en proporción al porcentaje de las personas que tienen acceso a la web, es del 78%, superior al que se registra en regiones industrializadas como en América del Norte (64%) y Europa Occidental (54%), lugares con una mayor penetración de Internet (83% y 73%, respectivamente), [de acuerdo con un informe](#) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) publicado recientemente.

La segunda macroárea por número de usuarios de redes sociales es la región Asia Pacífico, con más de 1.000 millones de personas conectadas a Internet y donde la penetración es del 73,2%, según los cálculos de las Cepal con datos de 2013. "Los ciudadanos latinoamericanos se caracterizan por ser muy sociables, les gusta compartir, y encontraron en las redes uno de los mejores escaparates", comenta Osbaldo Franco, analista de la consultora de tecnología eMarketer.

Las redes sociales se han convertido en un sinónimo de Internet: para muchas de las personas que acceden a la web, lo primero es abrirse una cuenta en Facebook o Twitter, detalla Franco. Con cifras de 2014, la Cepal indica [que la red creada por Mark Zuckerberg](#) se ha convertido en la más popular, con 145 millones de usuarios únicos al mes, seguida de LinkedIn (34 millones), Twitter (29 millones) y Taringa (27 millones).

#### USUARIOS DE REDES SOCIALES



Manuel llega a la oficina, en donde trabaja como contable, a las nueve de la mañana. En el navegador del ordenador abre una pestaña para el correo electrónico, seguida de otra con Facebook y una más con Twitter. Actualiza su muro y el microblogging. Cuando se aburre, durante su jornada laboral de ocho horas diarias, da un salto a sus perfiles. Nunca está desconectado. Va al servicio y lleva el móvil; a la hora de la comida verifica si tiene alguna nueva notificación; en el transporte, de camino a casa, pincha varias veces en "me gusta", reparte corazones en Instagram, comparte, retwittea, postea.

Las redes sociales no solo sirven para compartir, si no también son utilizadas como sistemas de mensajería instantánea y de voz, comenta Raúl Katz, presidente de la consultora Telecom Advisory Services. "Se han convertido en un complemento de los servicios de comunicación tradicional, como puede ser el uso del móvil, que para muchos latinoamericanos es caro", añade el también profesor de la Universidad de Columbia.

En algunos países de la región, de acuerdo [con datos del Foro Económico Mundial](#), el servicio de telefonía celular resulta oneroso si se lo compara con lo que ocurre en otras partes del planeta. En las tres economías con mayor número de usuarios de móvil de América Latina —México, Argentina y Brasil— con más de 188 millones de suscriptores, la tarifa de prepago por hacer una llamada cuesta 0,81, 0,69 y 0,58 euros por minuto, respectivamente. En España, el coste es de 0,12 euros, mientras que en Suiza, cuyas ciudades han sido galardonadas repetidas veces como las urbes con la mejor calidad de vida del mundo, llega a 0,07 euros. "[Las redes han revolucionado las comunicaciones](#). Ahora los operadores compiten por ofrecer mejores servicios de datos, pues un gran porcentaje de usuarios de redes accede a ellas a través del móvil" explica Antonio García Zaballos, especialista en telecomunicaciones del Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

## EL PAÍS MÁS SOCIABLE

La llegada de Internet ha marcado un antes y un después en las relaciones personales. "Si no estás ahí, puede parecer que no existes", recalca Franco de eMarketer. "Las redes y los foros y blogs son un fenómeno al que se le dedica una buena parte del día", agrega. En América Latina, tres son los países

que se caracterizan por su "alta sociabilización digital".

Argentina —en donde la firma de marketing en Internet ComScore calculó en 2014 más de 15,5 millones de visitantes únicos mensuales de Facebook, 3,6 millones en LinkedIn y más de cuatro millones en Twitter— es el país en el que se le dedica más tiempo las redes sociales, foros y blogs, no solo de la región, sino de todo el planeta. En promedio, cada argentino destina en promedio 4,3 horas al día a estas plataformas, según un análisis de la consultora especialista en redes We Are Social. La media mundial es 2,4 horas por día.

México —con más de 22 millones de visitantes únicos de Facebook, tres millones en Twitter y casi cuatro en LinkedIn, según ComScore— [ocupa la segunda posición del podio en el continente latinoamericano](#), con 3,9 horas al día por cada usuario, seguido de Brasil con 3,8 horas.

En EE UU se dedican 2,7 horas diarias, en Alemania 2,1 y en España 2,9, de acuerdo con las cifras de We Are Social. "Las redes, foros y blogs se han convertido en un nuevo espacio público, además de compartir, también se denuncia y se protesta, sirven como puntos de información, análisis y entretenimiento. Esto explica en gran parte su éxito", asegura García Zaballos, del BID.

## 'ME GUSTA', UN NEGOCIO

El crecimiento de las redes sociales ha impactado de manera relevante en la economía, indica Katz. "Directamente generan empleos en los países en donde abren oficinas. Indirectamente, sirven como plataformas para la publicidad digital y esta se ha convertido en el gran negocio", recalca.

Para este año, el gasto que harán las empresas en temas de publicidad digital en América Latina ascenderá a 702 millones de euros, un 11,5% más que en 2014, de acuerdo con eMarketer. Para 2019, cuando los usuarios de las redes sociales en la región lleguen a 302 millones, la cifra superará los 1.076 millones de euros. Las estimaciones son millonarias.