

Algunas cifras para entender el ciberespacio

Mundo

- 200 millones es el número de miembros de la red social MySpace y 4 millones es el número de grupos musicales representados.
- 100 millones es el número de videos vistos diariamente en la plataforma YouTube.

“Si uno examina la utilización de Internet los últimos 10 años, ha habido cambios significativos en el tipo de tráfico y en los usos, pero no hubo modificaciones espectaculares en los principios arquitecturales”, indica Emmanuel Darmois de la dirección técnica de Alcatel-Lucent.

- 80% es el porcentaje de internautas que tendrán en los próximos dos años una “segunda vida” en un universo virtual. 80% de las 500 empresas más importantes del mundo tendrán una sucursal virtual en la red (Fuente: Instituto Gartner).
- 10,8 millones de dólares fue la cifra de venta del *serious game* en 2007, es decir el 30% del mercado mundial de juegos.

Respecto de los usos se distinguen dos tendencias: por una parte, los volúmenes de los datos aumentan a causa de los elementos multimedia (sonido, video) que son cada vez más numerosos; por otra parte, las aplicaciones interactivas en tiempo real se multiplican para el gran público y para los profesionales.

Los intercambios son cada vez más voluminosos y exigen a su vez más velocidad de transmisión.

América latina

- América latina alberga 144 millones de usuarios de Internet, el 10% de los 1500 millones de usuarios de Internet del mundo. Brasil posee la audiencia más importante de la región con más de 20 millones de internautas. Los brasileños se conectan en promedio 30,2 horas mensuales, una cifra bastante más importante que la media latinoamericana (28,6 horas) y la media mundial (25,6 horas). Los argentinos están al tope del ranking con 32,4 horas de conexión mensuales seguidos por los venezolanos con 31,5 horas. (Fuente: comScore abril 2008, Miniwatts Marketing Group 2008)
- América latina posee 560 millones de habitantes, 24% son usuarios de Internet. El uso de Internet creció el 600% en los últimos 7 años. (Fuente: Tendencias Digitales 2008)
- El correo electrónico, la búsqueda de información, chatear y visitar portales son las actividades preferidas de los usuarios latinoamericanos.

“La audiencia latinoamericana creció significativamente durante el último año y en un porcentaje mayor que los mercados más establecidos de América del Norte y Europa” afirma Jack Flanagan vicepresidente ejecutivo de comScore.

- Google es el sitio más visitado por los latinoamericanos con más de 55 millones de visitantes en abril 2008. (Fuente: comScore abril 2008)
- La utilización de las redes sociales tuvo un aumento significativo en la región. La frecuentación del sitio YouTube experimentó 81% de aumento, el crecimiento del uso de redes sociales fue de 121%. (Fuente:

Europa

■ 57% de los europeos accede regularmente a Internet, es decir 169 millones de personas (Fuente: EIAA, diciembre 2007), 36% está abonado a un acceso Internet de alta velocidad (Fuente: Comisión Europea, julio 2008).

■ 80% de los internautas europeos es un cibercomprador (Fuente: EIAA, febrero 2008).

■ 1,32 millones de euros es la cifra de gastos realizados en los últimos 6 meses en Europa por los cibercompradores, un promedio de 747 euros por persona (Fuente: EIAA, febrero 2008).

“...Internet influncia actualmente las decisiones de compra de los consumidores. Las sociedades comerciales deben imperativamente asegurarse de atraer a la buena persona en el buen momento”, según Alison FENA, directora general de EIAA.

■ Es la primera vez que entre los europeos de 16-24 años, la televisión aparece relegada a segundo plano; 82% de entre ellos declara utilizar Internet entre 5 y 7 días por semana y pasa 10% más de tiempo que delante el televisor. (Fuente: EIAA, diciembre 2008).

■ 83% de los internautas europeos interrogados declaró no poder vivir sin al menos una actividad *online*. (Fuente: EIAA diciembre 2007).

■ En enero 2008, casi 9 millones de europeos pertenecen a la red-país de algún estado miembro de la UE en Facebook.

“Los europeos no pueden vivir sin Internet, que se ha transformado en una fuente ineludible para informarse y divertirse. Esta evolución de los usos representa un desafío esencial para los anunciantes y las agencias de publicidad que deben concebir y adaptar sus estrategias de comunicación a los medios digitales”, declara Alison FENA, directora ejecutiva de EIAA.

Grandes tendencias a retener

■ **Convergencia hacia la telefonía móvil**

La convergencia de Internet y la telefonía móvil debería multiplicar por dos el número de internautas en los próximos años. De esta manera, el “Internet móvil” se transformaría en la primera plataforma mundial de comunicación, de información y de intercambio para millones de individuos. En Asia, por ejemplo, la práctica del “Internet móvil” es más importante que la de Internet en la PC.

■ **Acceso ininterrumpido a la información**

Los soportes evolucionan y se interconectan permitiendo que los medios se vuelvan más accesibles de múltiples maneras: PC, teléfonos de última generación, consolas, etc. El usuario puede conectarse en todo momento y desde cualquier lugar, y actuar simultáneamente en diferentes puntos de la red.

Con la convergencia de los soportes, la interoperabilidad de los sistemas de información y la fuerte progresión de las “tecnologías de relación”, pasamos de la era del acceso a la era de la permanencia del acceso. Según Jeremy Rifkin, en la era digital, el valor no reside en el contenido sino en el acceso al contenido.

■ **Nuevas formas de interacción**

La conexión de alta velocidad favorece el acceso a los contenidos Rich Media y a las herramientas de comunidad y de autoedición, lo que permite el desarrollo de nuevas formas de interacción social y la producción compartida del saber. La interactividad entre los individuos crea una “innovación ascendente” de los usos, generando nuevos modos de difusión, intercambio y consumo.