

# Pop REDES SOCIALES roFile 2.0

Por Clara Gómez Carrillo y  
Lucía Fernández Nuñez



¿Utiliza una Red Social?

49%  
Sí

61%  
No

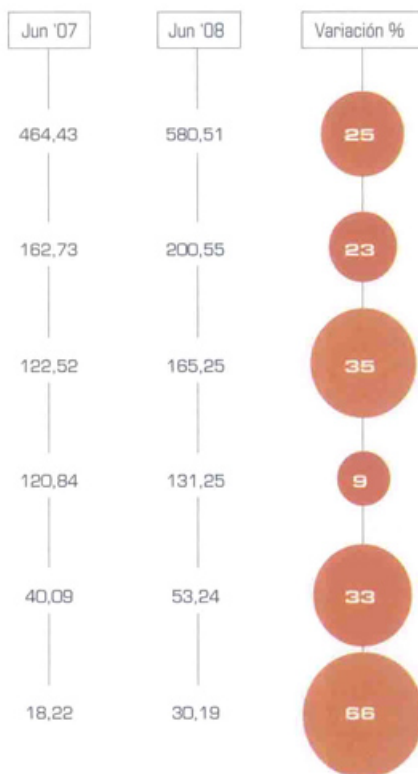
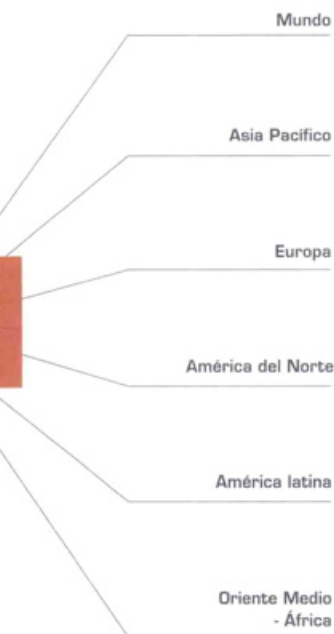
Base: 751, personas residentes en AMBA, que utilizan una red social.  
Respuesta múltiple.  
Fuente: Datos Claros.

La que, hace algunos años, revolucionaba la cultura *pop* de la música, MySpace, hoy, lucha por recuperar la delantera, que actualmente, está en manos de Facebook. Mientras tanto, Twitter, la plataforma de *microblogging*, se convierte en la elegida entre las audiencias estadounidenses y, en dos meses (marzo a mayo de 2009), cuadruplicó el número de sus usuarios, que ya superan los 50 millones en el mundo. La mayoría debe ganar mercados a cuerdas de la lucha por los usuarios locales. En la Argentina, Sonico es el tercer sitio de *social networking* más visitado, pese a que Facebook mantiene el liderazgo, según indica un informe de la consultora de *research online* Datos Claros. En materia de redes sociales, hablar de líderes indiscutidos es prácticamente imposible. Mientras unas surgen, otras desaparecen y, a medida de que algunas apuestan por las fotografías y los contenidos audiovisuales, otras alcanzan el éxito con mensajes de tan sólo 140 caracteres. ¿Es una cuestión de moda? "Es un *mix* de moda y mejoras. La

### Crecimiento de redes sociales por región

• Audiencia global total. Mayores de 15 años. Usuarios únicos, en millones.

Fuente: ComScore World Metrix.

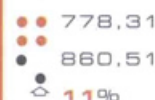


## Crecimiento en el mundo de las principales redes sociales.

Junio '08 vs Junio '07  
Audiencia Total del mundo. Mayores de 15 años. Usuarios únicos, en millones.

Fuente: ComScore World Metrix.

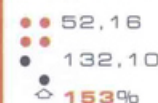
### Audiencia de Internet



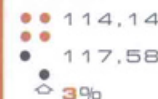
### Red Social



### Facebook



### MySpace



### Hi5



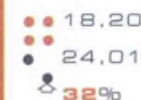
### Friendster



### Orkut



### Bebo



Referencias:



novedad es un factor de relevancia. Por eso, la política de muchos de estos sitios es renovarse constantemente”, sostiene Eugenia Cannata, especialista en redes sociales del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA). Por ello, se crean cada vez más aplicaciones para reconquistar a los usuarios: Facebook logró que 20 millones de ellos se conectaran al sitio desde su celular a comienzos de 2009. Si bien todavía la fórmula para obtener ganancias se basa en los ingresos que provienen de la publicidad, las suscripciones y de aportes de los propios usuarios, está claro que, detrás de esas pequeñas grandes ideas, hay negocios millonarios. Sin ir más lejos, AOL compró Bebo en US\$ 850 millones y, un año después de lanzar Flickr, sus creadores vendieron el sitio por US\$ 30 millones. En tanto, Skyrock, la red número uno en Francia, estaría valuada en 300 millones de euros.

El último año, las redes sociales sumaron más de 580 millones de usuarios, contra los 460 millones del ejercicio anterior, según ComScore. “Definitivamente, seguirán creciendo, más que nada

por una cuestión de cambios de hábitos en los consumos tecnológicos”, sostiene Macarena Muñoz, analista de Trends Consulting.

Con un aumento del 30 por ciento, en la Argentina, ya se registran 2,8 millones de conexiones de banda ancha residenciales. Dentro del universo de usuarios locales, la mitad se reconoce miembro de alguna red social, según Datos Claros. Facebook, Windows Live Spaces, Sonico, MySpace y Hi5 lideran el ranking local. Los principales usos: mandar mensajes, buscar amigos y participar de los perfiles de otros usuarios.

Y las posibilidades van en aumento. “El nuevo giro está en las redes de compra, en las que se hacen rankings y se informa acerca de las ventajas y desventajas de los productos”, explica Diego Medone, director de Marketing de KPMG para América latina. Por su parte, Cannata habla de la “convergencia de espacios”. Así, con un sinnúmero de usuarios, fotos, videos, comentarios, entre otras cosas, estos sitios se convierten, casi como un “Gran Hermano”, en el ojo que todo lo ven. ♦