

EL PERFIL URUGUAYO EN LAS REDES SOCIALES

# El subibaja de las redes

Numerosos usuarios uruguayos empiezan a migrar de Facebook a Instagram y los expertos explican sus causas.

JUAN PABLO DE MARCO  
Domingo, 02 Diciembre 2018 04:05

Compartir esta noticia



Foto: Reuters

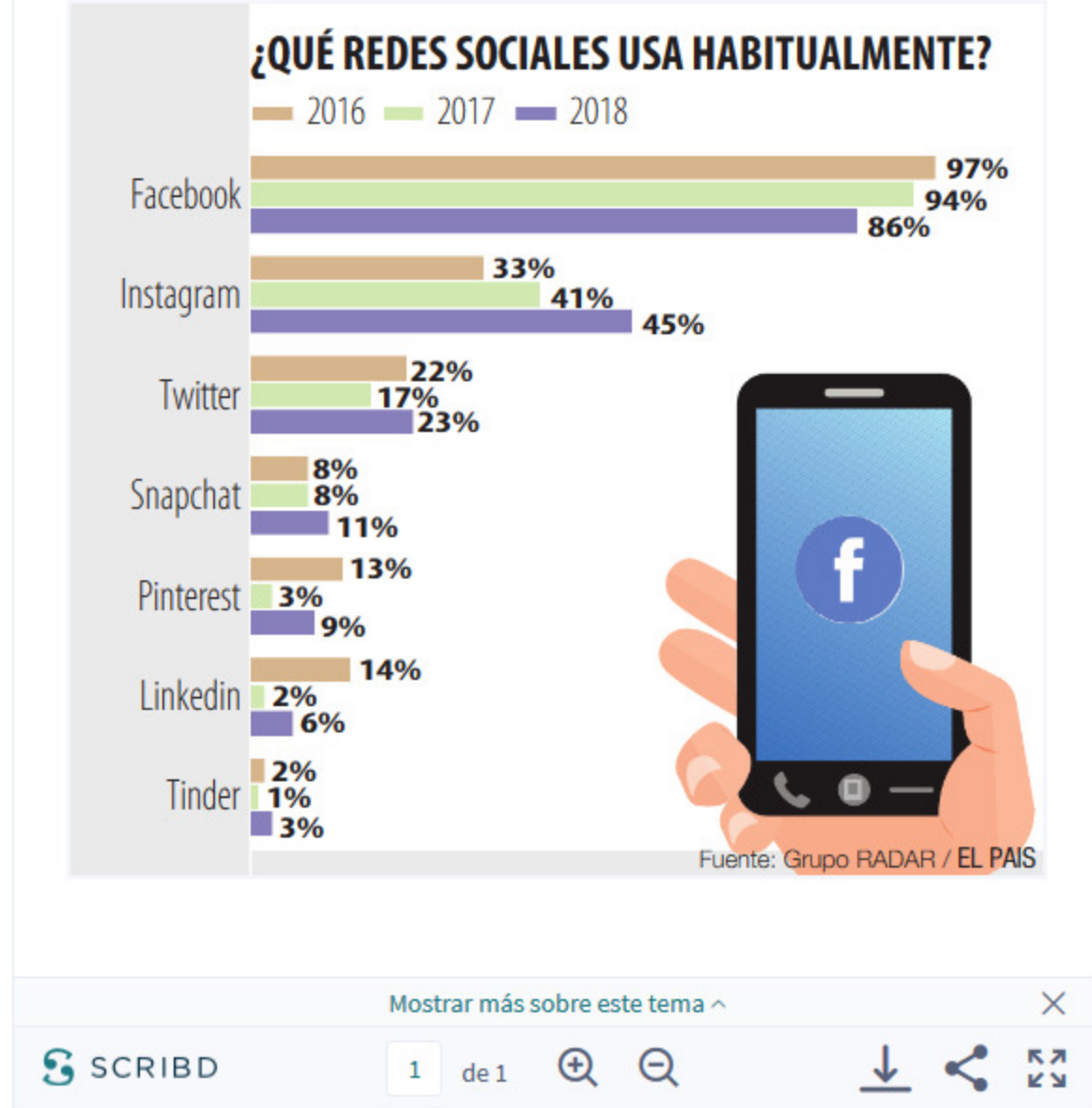
La tendencia mundial se repite en Uruguay: de a poco, los usuarios de Facebook se están cansando de esta plataforma y se mudan a Instagram, según el Perfil del Internauta Uruguayo del Grupo Radar. Eso sí, los datos siguen siempre en propiedad de la empresa de Mark Zuckerberg.

El 2018 fue el año en que más usuarios uruguayos han abandonado la histórica red: hoy la utiliza el 86% de quienes se definen como internautas habituales de este tipo de plataformas. Si bien sigue siendo la reina, hace dos años el 97% decía que la utilizaba con regularidad.

Alain Mizrahi, director del Grupo Radar, dijo en la presentación del estudio que también está decreciendo la cantidad de gente que dice "estoy todo el tiempo conectada" a esta red.

Instagram, tal vez por contenidos más íntimos de las personas y las marcas, es la que está ganando terreno: hace dos años la usaba el 33%. Hoy es el 54% de los usuarios de redes.

Redes sociales by ElPaísUy on Scribd



En la reina de las redes los uruguayos siguen a más gente. "En Instagram parece que la gente es más selectiva", dijo Mizrahi y aventuró una hipótesis: "Quizás por haberse llenado de amigos en Facebook se elige mejor qué cuentas voy a seguir en Instagram". En la red más usada el promedio de contactos alcanza a los 400. Según el experto en opinión pública, en su apogeo la gente tenía más de 600 en promedio. "Se ve que en algún momento, los usuarios realizaron una limpieza de su lista de amigos y ahí quedó. No siguió disminuyendo", indicó.

Entre quienes se definen usuarios de ambas redes, el 38% aseguró que está usando Facebook "menos que el año pasado" y el 64% dijo estar usando Instagram "más que antes".

La caída de Facebook se ve hasta en el chat. En 2013, el 92% de quienes confesaron chatear on line elegían este mecanismo. Sin embargo, la aparición vertiginosa de WhatsApp -que tentó a Zuckerberg a comprar la empresa-, lo hizo caer fuertemente en el mundo. Uruguay no fue la excepción: hoy ese número bajó al 65%.

Sobre esta migración, Dinorah Margounato, coordinadora académica adjunta de Marketing en la Universidad ORT, explicó que Instagram es un canal muy enfocado en la imagen y pensada en su creación original a usuarios de teléfonos inteligentes. Y como la mayoría de los usuarios hoy en día se conectan a Internet por esta vía puede ser uno de los argumentos que explican esta migración. Facebook, en tanto, es una versión adaptada de la versión de escritorio.

## Influencers.

Ambas redes se han transformado en el mejor escenario para que las celebridades y los "influencers" se contacten con el público. Por ello, el Grupo Radar ha incorporado por primera vez el capítulo de cómo es el vínculo del internauta uruguayo con ellos. Más de la mitad de los usuarios dijeron que siguen a "algunas" o "muchas" de estas personas. "Hay una fantasía en el vínculo directo. Antes podía leer sobre las celebridades, ahora tengo información de primera mano, que de alguna forma me hace pensar que es fidedigna, y además tengo un vínculo con él", opinó Margounato. Siguen sus contenidos, pero el fanatismo decrece cuando dan a conocer marcas, productos, servicios, o eventos. Es que el 56% asegura que no le presta atención cuando la celebridad hace esto. Al 23% le parece útil y al 20% le parece divertido. Solo a un 5% le molesta.

Lo que el estudio sí comprueba es que las redes son "un formidable canal de difusión de información sobre empresas, marcas e instituciones". El 75% de los usuarios mira lo que postean en cada una de ellas y participa en los sorteos.

## Otras redes.



Foto: Pixabay

En otras redes el comportamiento de los usuarios ha sido de subibaja. En Twitter, por ejemplo, de 2016 a 2017 hubo una fuga de internautas, que este año el servicio ha recuperado: hoy la usa el 23% de los usuarios. LinkedIn, que contacta empresas y profesionales, era usado hace dos años por el 14% de los usuarios de redes, en 2017 solo el 2% y este año pasó al 6%. Pinterest tuvo una movilización parecida: pasó del 13% en 2016, bajó 3% en 2017 y resurgió en 2018 con un 9%.

Dentro de este mapa de redes, Margounato dijo que WhatsApp debería ser considerada como una "red social". "La seguimos pensando como sustituto del SMS y de llamadas. No lo miramos desde que 9 de cada 10 usuarios están en grupos. Y en varios grupos", opinó.

## Crece la incidencia de las críticas al comprar

El Grupo Radar corroboró que en 2017 creció la incidencia de los comentarios de otros compradores en las decisiones de compra. El 46% de los internautas escribe comentarios sobre marcas y el 83% lee lo que escriben otros. En 2017 el 28% de los que leen habitualmente estas críticas declaran que incidían "fuertemente" en sus decisiones de compra. Esa cifra escaló al 37% en 2018, señala el Grupo Radar. En Uruguay hay 1.7 millones de uruguayos que han comprado algún producto o servicio online en el último año y 1.3 de ellos en el último mes, señala la investigación dada a conocer el jueves pasado.

## En Facebook ordenan investigar a un magnate

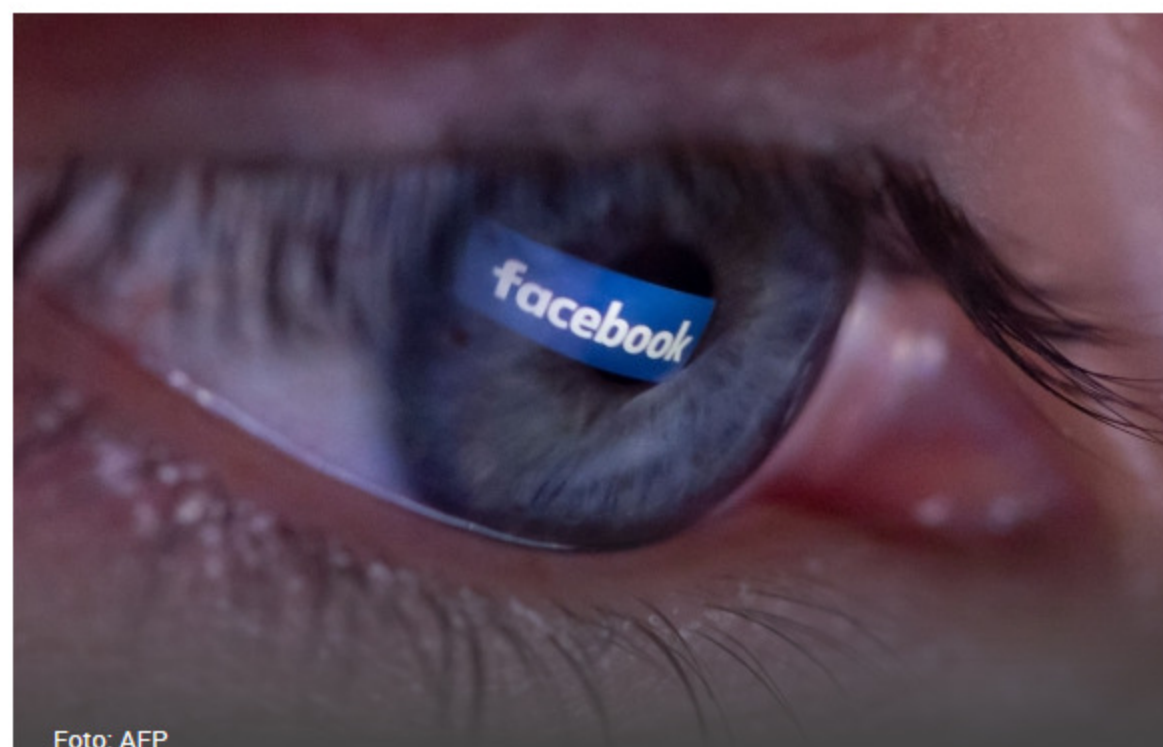


Foto: AFP

La número dos de Facebook, Sheryl Sandberg, ordenó al personal de comunicación de la plataforma que investigara los intereses financieros del magnate George Soros después de que éste criticara públicamente a la firma, informó el viernes The New York Times.

El diario reveló que Facebook había contratado a una firma de relaciones públicas, Definers Public Affairs, para propagar historias negativas sobre críticos con la red o empresas competidoras.

La plataforma supuestamente encargó a esa firma, de afiliación republicana, una pesquisa similar a la que se haría contra rivales políticos durante una campaña electoral, y cuyos resultados generaron una crisis en la cúpula de Facebook.

Algunas de las historias que difundió Definers se centraban en el multimillonario judío Soros, quien ha mostrado públicamente su oposición a Facebook en más de una ocasión y es objetivo habitual de ataques por parte de la ultraderecha.

Mientras que el CEO, Mark Zuckerberg, negó entonces que la empresa que dirige hubiese pedido a Definers, con la que rompieron relaciones, que escribiese artículos o que pagase por ellos en nombre de Facebook, el diario sugiere que Sandberg estaba "directamente involucrada" en los ataques a Soros.

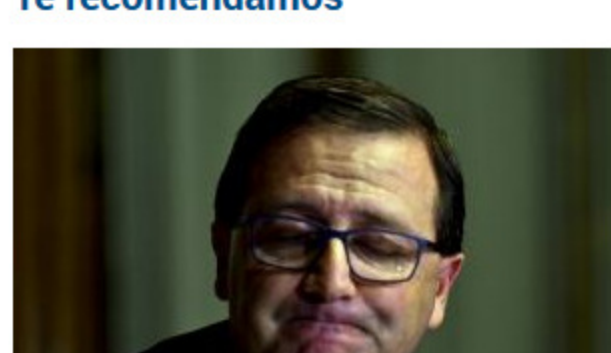
Me gusta 60

REPORTAR ERROR

Temas relacionados

- vida actual +
- internet +
- uruguayos en las redes sociales +
- Instagram +
- tecnología +
- redes sociales +
- Facebook +

## Te recomendamos



INTERNA OFICIALISTA  
**El Frente Amplio negocia una sanción para el senador De León**

Política



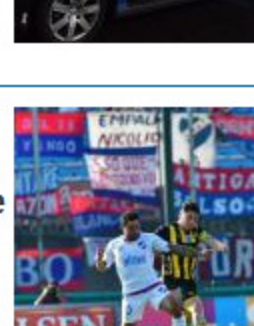
**Policía podrá disparar sin previo aviso en Argentina**

Mundo



**Los rumores de Tabaré Viudez a Peñarol y su presente en Nacional**

Fútbol



## Comentarios ( 0 )

[INICIAR SESIÓN PARA COMENTAR](#)  
**¿OLVIDÓ SU CONTRASEÑA?**

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.  
Si no estás registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuarios](#)  
No recuerdas tu contraseña? puedes acceder a [Restablecer Contraseña](#)