«Los residentes urbanos son más asiduos en su uso de todo tipo de nuevas tecnologías»

El crecimiento global de las redes sociales digitales

El crecimiento de las redes sociales digitales ha sido vertiginoso durante la última década. No resulta posible ya entender la publicidad moderna, el desarrollo de los procesos electorales, las relaciones personales, e incluso la búsqueda de cónyuge sin la omnipresencia de este fenómeno. Las redes sociales digitales ofrecen nuevas posibilidades de comunicación, han ayudado a poner fin a algunos regímenes dictatoriales, y nos permiten adquirir un cierto sentido de la pertenencia al grupo incluso en el contexto de la vida moderna y agitada. Pero también es un medio y una tecnología que ha producido numerosos quebraderos de cabeza, sobre todo en lo concerniente al terrorismo y a la tergiversación de debates públicos con fines de manipulación electoral

Pero la aparente ubicuidad de las redes sociales digitales esconde a su vez un hecho significativo. En la mitad de los países del mundo el porcentaje de la población mayor de 16 años que usa las redes sociales digitales es menor del 50 por ciento. Las zonas del mundo donde el porcentaje es más elevado son los países más ricos de Oriente Próximo y del Este de Asia, seguidos de América Latina, Europa y Estados Unidos. Quizás no sea sorprendente constatar que el porcentaje es inferior al 10 por ciento en buena parte de África Subsahariana, pero sí resulta llamativo que en la India, Bangladesh, Pakistán y varias de las repúblicas centro-asiáticas no llegue al 20 por ciento. ¿A qué se deben estas disparidades en el crecimiento y uso de las redes sociales digitales?

Hay quien apunta que los factores decisivos son el tamaño y los hábitos de la generación del milenio, es decir, aquellas personas de edades comprendidas entre los 15 y los 35 años. Resulta evidente que esta variable por sí sola no puede explicar el bajo grado de utilización en África o en el sur de Asia dado de que se trata de las regiones del mundo con una mayor población joven. Quizás tenga que ver con el poder adquisitivo, dado que resulta imprescindible tener acceso a un ordenador o a un teléfono conectado a internet. Si se analizan los datos disponibles, se comprueba que la renta per cápita, como indicador del poder adquisitivo, tampoco nos permite resolver la incógnita.

Son cuatro las variables que nos ayudan a comprender las diferencias en el uso de las redes sociales digitales a nivel global. La primera es la urbanización. Se ha demostrado una y otra vez que los residentes urbanos son más asiduos en su uso de todo tipo de nuevas tecnologías. Tanto en África Subsahariana como en la India solamente un tercio de la población vive en ciudades. Por el contrario, en el Norte de África dos tercios de la población residen en ciudades y el porcentaje de usuarios de medios

Mauro F. Guillén es director del Lauder Institute y catedrático de Dirección Internacional de la Empresa en la Wharton School, así como miembro del Consejo Académico de Afi Escuela de Finanzas.
Twitter: @MauroFGuillen

sociales digitales es mucho mayor. La segunda variable tiene que ver con frecuencia de viajes al extranjero. Cuanto más cosmopolita es la población, mayor es el uso de las redes sociales digitales.

También son importantes las variables de índole política. El tercer factor importante es la inestabilidad política, que tiende a reducir el uso de las redes sociales digitales, mientras que la cuarta variable de importancia es la censura de prensa. En la medida en la que los medios tradicionales no puedan cumplir su labor informativa de manera libre, se produce una mayor propensión a recurrir a las redes sociales digitales, que permiten acceder a noticias y a reportajes sin la intromisión del Gobierno, aunque con la posibilidad de que circulen noticias falsas. Así pues, la geografía global de las redes sociales digitales viene determinada, al menos de momento, por factores demográficos y políticos ::