

TECNOLOGÍA ANÁLISIS

El ADN de internet en aislamiento

Los hábitos de consumo se intensificaron en Colombia, pero no se modificaron. Esto dicen los datos.

Por LAURA TAMAYO GOYENECHÉ

Tomar una clase con el coreógrafo de música contemporánea *Ryan Heffington* podía sonar a misión imposible para un aprendiz colombiano. Heffington es el que está detrás del baile de *Chandelier*, una canción que sacó hace 5 años la cantante australiana Sia, cuyo video acumula más de 2 millones de reproducciones en YouTube. Asistir a una de sus sesiones, en Los Ángeles, California, podía superar los 100 dólares. Hoy, en cambio, son gratis y se transmiten los martes, miércoles y jueves en Instagram.

Hace unos meses no era fácil acceder gratis a los más cotizados bailarines de Hollywood, ni la gente se preguntaba seguido cómo fabricar su mascarilla o cuáles son los ingredientes para hacer una buena masa madre. Esos son algunos ejemplos de cómo la pandemia ha transformado el consumo de Internet y la cultura digital. En Colombia los operadores han visto un incremento en el servicio, pero todavía quedan dudas sobre si se ha transformado la cultura de los usuarios, si ese tiempo extra está siendo utilizado en cosas diferentes al entretenimiento.

Un reporte de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) del pasado 16 de abril, que tiene en cuenta los datos de consumo de los proveedores del servicio Claro, Tigo, Avantel, DirecTV, Edatel, ETB, Coltel y Une dice que, desde que inició la cuarentena, el tráfico en Internet creció 38, 8 %. El pico más alto entre el 30 de marzo y el 12 de abril fue el fin de semana que inició Semana Santa: creció un 6% con respecto al promedio.

Samuel Hoyos, presidente de Asomóvil, la asociación que congrega a los operadores Claro, Movistar y Tigo, señala que “en las primeras semanas del aislamiento vimos un mayor consumo de plataformas de entretenimiento y ocio, no tanto en las educativas y de productividad”. Ni hablar de los cambios en las búsquedas de los usuarios de Google, hace dos meses no muchos colombianos preguntaban cómo hacer antibacterial en casa, mire lo que pasa ahora (ver Informe).

Otra cosa que cambió, según Hoyos, es que hay un aumento importante en el tráfico de la red fija, es decir, las personas están usando menos su plan de datos del celular y pasan su tiempo de aislamiento conectados desde el computador o televisor inteligente.

Lo que sigue igual

Los datos muestran un cambio en el consumo digital, pero no tanto en los hábitos de los usuarios. El reporte dice que “la ma-

yor parte del tráfico de Internet en la hora pico, aproximadamente el 60 %, se cursó hacia servidores como Facebook, Google y Netflix, entre otros, comportamiento similar a lo observado entre enero y febrero, previos al aislamiento”.

Eso también lo indican los reportes de los sitios web más visitados en el país antes y después de la cuarentena. Según SimilarWeb, una de las plataformas reconocidas en el monitoreo de sitios en Internet, los más visitados hasta el 1 de marzo en Colombia eran Google, Facebook, YouTube, Outlook, Instagram, Twitter, Google Colombia, WhatsApp y Wikipedia.

“En las primeras semanas vimos un mayor consumo en el uso de plataformas de entretenimiento y ocio”.

SAMUEL HOYOS
Presidente de Asomóvil

En ese momento no se había confirmado el primer caso del coronavirus en el país, la idea de un aislamiento preventivo, teletrabajar o estudiar virtualmente se veía lejana. En menos de 15 días la dinámica de varios sectores del país se modificó, pero no tanto los sitios web que visitan sus usuarios.

En contraste, el reporte más reciente de la analítica de datos Alexa expone este top 10 de las páginas más visitadas en el último mes para Colombia: Google, YouTube, Pulzo, Outlook, Facebook, Google Colombia, Minuto 30, Las dos Orillas, Netflix y Wikipedia. Aunque hay ligeras diferencias entre las posiciones y sitios web de los dos reportes, las redes sociales y las plataformas de video siguen dominando el terreno de los usuarios.

El Internet de los 90...

Recientes análisis especializados de medios como el MIT Technology Review y The New York Times dicen que, por estos días, la red se siente como era a finales de los 90: un entorno colaborativo y amigable, con una explosión de acceso a la información y a la vida social. Cursos gratis y opciones para conectarse con comunidades.

Sobre este fenómeno en Colombia, *Santiago Villegas Ceballos*, consultor en transformación digital, argumenta que aquí los usuarios se han mostrado



ILUSTRACIÓN SSTOCK

LAS PREGUNTAS DE 2019

1. ¿Qué significa Ontas?
2. ¿Qué significa TBT?
3. ¿Qué significa VAR?
4. ¿Qué significa 11 11?
5. ¿Qué significa soñar con ratas?
6. ¿Qué significa INRI?
7. ¿Qué significa viernes 13?
8. ¿Qué significa soñar con sangre?
9. ¿Qué significa soñar con un bebé?
10. ¿Qué significa bae?

LAS PREGUNTAS EN MARZO DE 2020

Un reporte de Google del 6 de abril muestra las tendencias de búsqueda de sus usuarios en el país los últimos 30 días basados en la pregunta “cómo”. Estos fueron los resultados:

1. ¿Cómo hacer gel antibacterial?
2. ¿Cómo hacer tapabocas?
3. ¿Cómo va el coronavirus en Colombia?
4. ¿Cómo saber si soy beneficiario de la devolución del Iva?
5. ¿Cómo saber si estoy en familias en acción?
6. ¿Cómo saber si tengo coronavirus?
7. ¿Cómo hacer churros?
8. ¿Cómo subir un video a YouTube?
9. ¿Zoom cómo funciona?
10. ¿Cómo hacer arepuelas?

entusiastas para compartir toda la oferta de cursos, eventos culturales y conexión social, pero la han consumido muy poco.

“Eso se nota en las aplicaciones más descargadas, siguen siendo de entretenimiento, y aunque eso no está mal y muchas de ellas pueden ser usadas en el trabajo y la educación, sí tenemos una brecha. El comportamiento digital no se ha transformado sino que se ha intensificado”, señala el bibliotecólogo.

De acuerdo con la herramienta de monitoreo SensorTower, el 23 de febrero de este año las apps más descargadas en Colombia en iOS fueron TikTok, Falabella, Beat, WhatsApp y YouTube. Para Android, las app de transporte y tiendas cam-

bian por Facebook Lite y un juego llamado Dancing Road. Dos meses después, SensorTower muestra que las más descargadas para iOS son Zoom, Hangouts, Parchis (juego de parques en línea), Teams, y CoronApp. En Google Play Store el top 5 es Zoom, Parchis, Google Meet, CoronApp y Google Classroom.

Hay otro hábito que no ha cambiado con el aislamiento y es la hora en la que más personas utilizan la red. El reporte de la CRC afirma que la franja de mayor tráfico sigue siendo entre las 6:00 p.m. y las 11:00 p.m.

¿Cuáles son los retos?

Aunque ahora se ven las plataformas de trabajo y educación entre las más descargadas, el