



# “No sin mi SmartPhone” La Web 2.0 en movilidad

Más del 50 por ciento de nuestros jóvenes admite acceder a Internet desde su terminal móvil. Hoy cuentan con un gran número de herramientas y dispositivos que les permiten estar conectados las 24 horas del día. Facebook o Twitter son solo una muestra de un universo lleno de posibilidades.

> **Sonia Blanco** / Profesora de Comunicación Audiovisual

¿Recuerda usted cuándo llegaron los teléfonos móviles a los comunes mortales? Era a principios de siglo cuando se empezaba a utilizar de modo personal y no sólo profesional. En aquel momento muchos pensamos que no había necesidad de ir hablando por la calle. Creíamos, en nuestra ingenuidad, que bastaba con estar localizado en el trabajo y también el hogar, y veíamos todo esto como una esclavitud. Hoy sin embargo, y según el informe de diciembre de 2010 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, disponemos en España de 54.366.869 líneas de móviles, casi un tres por ciento más que en el año 2009, y lo que supone 1,16 líneas por persona.

Además, para los jóvenes, es una de sus formas habituales de comunicación.

**Según la CMT en España disponemos de 54.366.869 líneas de móviles, casi un tres por ciento más que en 2009, y lo que supone 1,16 líneas por persona**

De hecho, y según el ‘6º Observatorio de Tendencias’ elaborado por la consultora Conecta, cuyos resultados se han publicado en febrero de 2011, el 53 por ciento de los jóvenes de entre 15 y 35 años se conectan a Internet desde el móvil; esto es un incremento del 77 por ciento con respecto al año anterior.

¿Son nuestros jóvenes socialmente más activos que las generaciones anteriores? No lo creo; sin embargo, no cabe duda de que disponen de herramientas distintas que permiten una fluidez en la comunicación que nosotros no pudimos disfrutar.

Tanto es así, que ahora el concepto “mis amigos” ha cambiado radicalmente, y se extiende más allá de los “amigos de mis amigos” en lo que al entorno virtual se refiere. Hasta ahora hacíamos grandes distinciones entre el mundo real y el mundo virtual, pero cada vez esas fronteras se ven más diluidas, y una de las causas principales son precisamente los *smartphones* o teléfonos inteligentes que permiten que estemos conectados a cualquier hora. Es decir: las redes sociales ya no son ese espacio en el que entramos un rato al día, durante el descanso del trabajo, o al llegar por la noche a casa, sino que lo tenemos

## Se ha roto el paradigma tradicional de la comunicación unidireccional para desembocar en una gran conversación global

en nuestros teléfonos e interactuamos y compartimos con nuestro contactos con la frecuencia que nos permita nuestra rutina diaria.

Porque estas herramientas nos empujan a compartir. De hecho, este es uno de los conceptos nucleares de la Web 2.0. Así, compartimos nuestros pensamientos, nuestras fotos, lo que estamos escuchando, y cómo no, también lo que estamos leyendo, lo que es especialmente interesante; porque ese simple gesto de pulsar sobre “me gusta” en Facebook o de enviar a Twitter puede hacer que se inicie una conversación en torno a un tema que nos enseñará, enriquecerá y aportará una nueva visión sobre esa lectura inicial. Y este aspecto de compartir y pertenecer a una comunidad es especialmente valorado por los adolescentes, según un estudio del Instituto de Juventud (Injuve) que además nos revela que más del 63 por ciento de los jóvenes utiliza la Red como herramienta habitual de aprendizaje.

¿Pero cómo se integran todos estos servicios en la comunidad académica? Desde el principio, la Universidad ha intentado ir adaptándose al nuevo entorno comunicacional, y a día de hoy tenemos una cuenta de correo electrónico y un campus virtual como principales medios de comunicación con el alumno. Esto, aún siendo herramientas perfectamente válidas, hoy por hoy, es completamente insuficiente. Sobre todo teniendo en cuenta los resultados de ‘Comscore 2010 US Digital Year Review’, en los que vemos que el uso del correo electrónico entre los jóvenes de 12 a 17 años ha caído un 59 por ciento, y en la franja de 25 a 34 años un total de un 18 por ciento, mientras que incrementa el tiempo dedicado a las redes sociales, que pasa a ser de un 12 por cien-



to del total de tiempo dedicado a la Red. Y aunque estos son datos de Estados Unidos, es previsible pensar que la evolución será parecida en Europa.

Es momento de recordar lo que decía un estudiante de Nueva York en 2008: “Si la noticia es realmente importante, ya encontrará la manera de llegar a mí”. Éste es otro de los aspectos fundamentales de la Web 2.0. Mientras en los medios tradicionales (prensa, radio, televisión...) era el receptor quién debía acudir a dichos medios para acceder a la información, en los nuevos medios sociales son estos quienes han de hacer llegar dicha información al usuario.

**Resulta más eficaz, y mucho más ágil que un profesor se comunique con sus alumnos a través de herramientas como Facebook o Twitter**

Vemos así mismo como se ha producido la ruptura del paradigma tradicional de la comunicación consistente en una comunicación unidireccional que partía de un emisor, a través de un canal, hasta llegar a un receptor, para desembarcar en el momento actual en el que se ha convertido en una gran conversación global y multidireccional, donde determinadas herramientas se han revelado como las bases de la comunicación de este nuevo milenio. Los medios tradicionales, por tanto, han debido adaptarse a este nuevo ecosistema en el que han tenido que integrar esa conversación dentro de sus rutinas productivas, primero implementando

&gt;&gt;



## El uso de dispositivo móviles y ordenadores portátiles en las aulas es cada vez más habitual, lo que facilita el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes

la posibilidad de comentar y compartir sus noticias, y ahora en los *smartphones*, diseñando aplicaciones específicas que nos ofrecen estas mismas posibilidades de interacción con el medio.

Pero, volviendo al entorno académico, en cierta medida, un profesor también es un emisor de información ante una audiencia muy determinada. Resulta más eficaz, y mucho más ágil que un profesor se comunique con sus alumnos a través de herramientas como Facebook o Twitter. Sobre todo si tenemos en cuenta que el uso de dispositivos móviles y ordenadores portátiles en las aulas es cada vez más habitual, lo que facilita el uso de estas redes sociales por parte de los jóvenes, si bien, aún, en nuestro país, y en oposición a lo que mencionábamos anteriormente con respecto a Estados Unidos, utilizan mayoritariamente el correo electrónico (62 por ciento), frente a las redes

sociales (32 por ciento) según nos desvela el estudio 'Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad' elaborado por el INJUVE en 2009.

No obstante, permítanme ilustrarles esto con una anécdota personal: no hace mucho, me encontré atrapada en un enorme atasco de tráfico, mientras me dirigía a mi despacho para el proceso de revisión de notas con alumnos. Es un momento muy tenso para ellos, por lo que suelen estar nerviosos, y no suele ayudar si el profesor se retrasa. La solución estaba clara: decidí enviar simultáneamente un mensaje a través de mis cuentas en Facebook y Twitter de manera que los alumnos supieran en qué circunstancias me encontraba y que iba de camino; lo que a través del campus virtual hubiera sido imposible, ya que acceder desde el móvil al mismo, es lento y pesado, por

### Debemos dejar de ver todas las herramientas de comunicación como una commodity y reconocerlas como una utility

no hablar del peligro de hacerlo en el coche, conduciendo.

Ante la positiva respuesta de los alumnos, y dado que cada vez son más numerosos los que cuentan con dispositivos móviles conectados a la Red, hoy en día hay toda una serie de informaciones que les transmito por estas vías. Es decir, les llevo la información a los espacios donde sé que están, consiguiendo fluidez en la comunicación profesor-alumno.

En conclusión, hemos llegado al punto en que debemos dejar de ver todas las herramientas de comunicación como una *commodity*, es decir

un servicio que nos puede resultar útil, pero no imprescindible, a ser una *utility*, o sea un producto básico y de primera necesidad. Ya lo comentaba Julio Alonso en su blog Merodeando.com en 2007 refiriéndose a la implantación de redes wifi abiertas en las ciudades: "Dentro de unos años ni nos imaginaremos que se construyan casas sin que tengan su sistema de conectividad a Internet. Igual que hoy no nos imaginamos que se construyan casas sin electricidad, agua o conducción de gas". Pues bien, en la misma línea, dentro de unos años, la mayoría de la población tendrá conexión a Internet desde su dispositivo móvil, y nos resultará llamativo que durante años no fuera así. ●

El campus virtual de la UMA, a la izquierda, es un ejemplo de cómo la comunidad académica se adapta a este nuevo entorno comunicacional.

