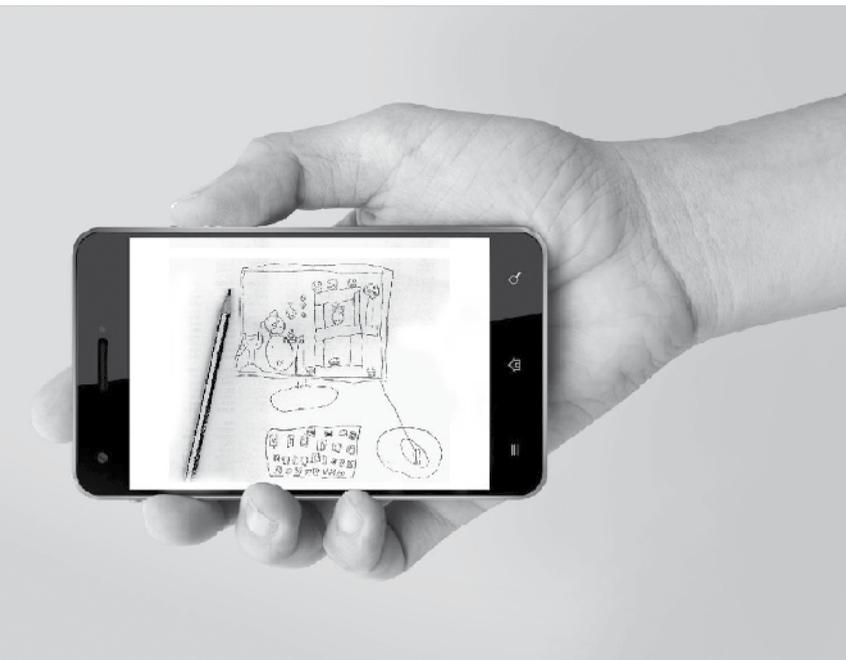


# Cómo nos ha cambiado el teléfono inteligente: nuestra vida, permanentemente conectada en 2012

**David Felipe Arranz**

*Profesor de "Teoría de la comunicación mediática" y "Medios, receptores y usuarios" en la Universidad Carlos III*



**Definitivamente, los españoles nos hemos "movilizado": Si algo ha quedado claro el pasado año, según indica el Informe de la *Sociedad de la Información* que edita Fundación Telefónica, es que 2012 se ha consolidado como el año de la conectividad móvil y del *smartphone* como el dispositivo con más crecimiento entre los usuarios. Somos ya, a decir de los expertos, comunicadores digitales permanentes. Se ha producido en nuestro país tal incremento en las ventas de teléfonos inteligentes que en los últimos tres meses del año pasado el crecimiento fue de un millón de altas al mes, lo que –con una tasa de penetración en la población del 63,2 %– nos convierte en uno de los países con el parque de telefonía móvil más avanzado del mundo.**

**E**fectivamente, los usuarios que intercambian información en tiempo real suponen ya el 25,5% de los internautas; es decir, más de seis millones de usuarios se encuentran permanentemente conectados desde cualquier modo de acceso. El asentamiento de la tecnolo-

*El 25,5% de los internautas; es decir, más de seis millones de usuarios se encuentran permanentemente conectados desde cualquier modo de acceso*

gía como una parte importante en la vida de los ciudadanos pone de manifiesto la extensión de la sociedad digital en nuestro país, que cuenta ya con 24,1 millones de usuarios, nada menos que un millón más que en 2011. Este nivel de penetración en la sociedad española también queda demostrado por la frecuencia en el acceso a la Red, ya que el 72,6% de los internautas lo hace a diario. Sorprende comprobar también que aunque los jóvenes comprendidos entre los 16 y los 24 años son los usuarios más intensivos (el 85,3% de ellos accede diariamente a Internet), el grupo de edad que más crece, seis puntos porcentuales respecto al pasado año, es el que aglutina a personas entre los 55 y los 64 años, con una penetración nada menos que del 43,7%.

La comunicación interpersonal también se ha digitalizado y los usuarios se comunican más mediante el *microblogging* (Twitter) y las redes socia-

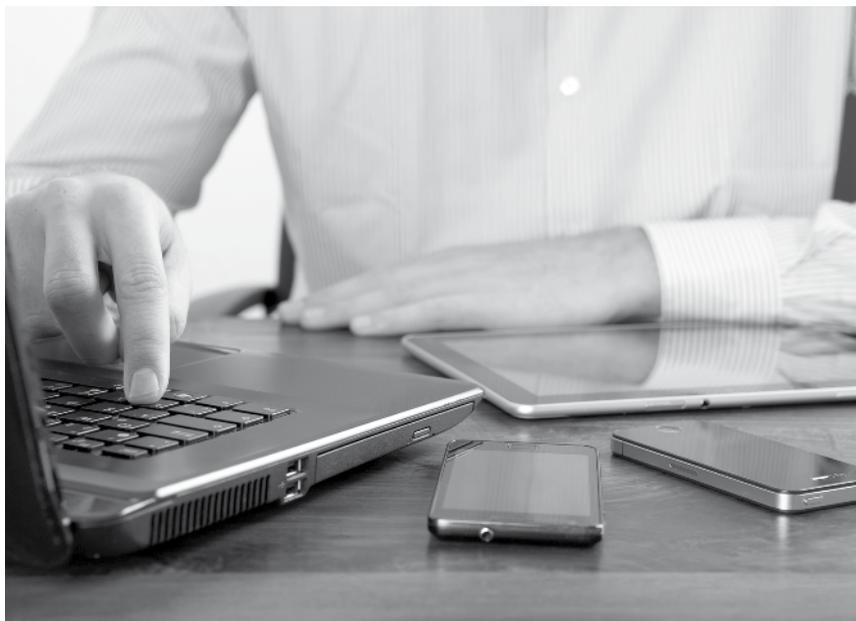
les (28,6 y 18,6 personas de media respectivamente) que en persona (16,15 personas). También el mundo de la empresa está cambiando: durante 2012 el *crowdfunding* se ha convertido en un fenómeno mundial con muchas iniciativas exitosas que han llevado incluso a modificar la legislación de financiación de empresas en EEUU. Además, nuevas modalidades tecnológicas han reducido las barreras para la creación de empresas y puestos de trabajo en un mercado de dimensiones mundiales: así es, puesto que el 84% de las empresas españolas dedicadas al diseño y la creación de aplicaciones ha hecho nuevas contrataciones de trabajadores en 2012.

Ha dado comienzo una nueva era de Internet en la que se accede a los servicios desde cualquier lugar y dispositivo y en la que la banda ancha móvil (BAM) se consolida como una tecnología complementaria de la banda ancha fija (BAF): el 87% de los que disponen de BAM poseen también BAF. De hecho, uno de cada tres internautas ya se conecta a Internet con tecnologías móviles y fijas a la vez, preferentemente desde el tablet —un 400% más que en 2011—, y lo hacen tanto en casa como fuera de casa —un 300% más— desde una media de 2,4 dispositivos.

### LA ESPAÑOLA: UNA SOCIEDAD PERMANENTEMENTE CONECTADA

En España el número de internautas permanentemente conectados alcanza ya al 25,5% de la población y entre los internautas que disponen tanto de acceso fijo como móvil el 50% se encuentra conectado las 24 horas del día. El teléfono móvil se ha convertido, por lo tanto, en el motor de crecimiento de Internet, con un crecimiento interanual del 210%, lo que nos permite vislumbrar un futuro completamente multiterminal.

Lo que está claro es que hemos racionalizado el uso de Internet, lo que los expertos llaman la fase de apropiación de la tecnología por parte de los internautas: tras unos años de asentamiento, ahora el usuario establece el dispositivo desde el que quiere acceder a la red, así como el lugar, en función de las actividades que vaya a desarrollar. Incluso, dependiendo de la franja horaria a la que se conecte el usuario, así como de las actividades que realiza de forma simultánea, opta por un dispositivo u otro. El móvil, por ejemplo, es el dispositivo más utilizado por las mañanas y al mediodía, ya que es el tiempo en que los usuarios tienen que realizar otras actividades y aprove-



chan esos momentos para comunicarse, acceder al correo o seguir la actividad de sus contactos: es decir, ya hacemos varias cosas al mismo tiempo. El perfil del país ha cambiado: el diario en papel, el formato físico de la música o el cine... están perdiendo adeptos. Nada menos que dos de cada tres personas renunciarían a los formatos físicos de contenidos frente a los formatos digitales —excepto en el caso del libro donde el 40% renunciaría al formato físico—.

Llama además la atención la aparición de un nuevo grupo de Internautas, los usuarios que se conectan utilizando otros dispositivos y que ya no utilizan el ordenador personal para conectarse. ¿Estamos ante el principio del fin del uso del milagroso PC que revolucionó la Sociedad de la Información a finales del siglo pasado? Aún es pronto para contestar, pero está claro que las nuevas generaciones, los nativos digitales, prefieren ya otras máquinas, cuanto más pequeñas, mejor.

*Ahora el usuario establece el dispositivo desde el que quiere acceder a la red, así como el lugar, en función de las actividades que vaya a desarrollar*