

APPS Y MÓVILES ¿DE LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA A LA REVOLUCIÓN CULTURAL?

Hace una década, allá por el 2006, al abrir cualquier periódico o revista podríamos encontrar anuncios para descargar fondos de pantalla, politonos y juegos a nuestros teléfonos móviles, enviando uno o varios SMS sobre-tarificados. Los contenidos para móviles empezaban a abrirse paso en nuestras vidas. Paralelamente, el número de líneas móviles de voz y datos iba creciendo de manera espectacular y cada vez eran más las personas que ya tenían un teléfono móvil. Y los principales fabricantes de móviles, quienes dominaban el mercado a nivel mundial eran Nokia y las Blackberry. Pero nadie podía pensar que su hegemonía tenía los días contados y que en pocos años esas marcas que dominaban el panorama de dispositivos iban a dejar paso a otros fabricantes, casi de forma radical.

En la actualidad, si echamos la vista atrás, pareciese que un tsunami en forma de revolución tecnológica hubiese invadido nuestras vidas. La irrupción del iPhone, con su pantalla táctil, pero sobre todo con el App Store llena de aplicaciones y contenidos de todo tipo, ha cambiado la manera que actualmente tenemos las personas de usar el móvil y con ello la de relacionarnos.

En la actualidad, se puede entender que el teléfono móvil, ha “perdido” su funcionalidad original, la de comunicarse por voz, para dar paso a otras funcionalidades como consultar información, escuchar música, sacar fotos, interactuar en las redes sociales.... Todo en un mismo dispositivo. Es decir, que el teléfono móvil es cada día menos teléfono y más móvil....

Nombres como Android, Whatsapp, Instagram, Twitter.... Parece que llevan con nosotros toda la vida, pero en realidad muchos de ellos llevan menos de 5 años. Todo va muy rápido, pero la capacidad que tenemos los usuarios de adaptarnos a los cambios es asombrosa e incluso a veces parece que esa capacidad va por delante de la propia tecnología, lo que está dando pie a retroalimentar el círculo “necesidades - tecnología - usuario”.

GOTZON ARZELUS

CO-FUNDADOR DE BATURA MOBILE SOLUTIONS

Con ello, Internet se ha convertido en la mayor hemeroteca del mundo, donde podemos acceder a todo tipo de información. Y, según datos de Google, el consumo de esta información a día de hoy es mayor mediante smartphones que por medio de ordenadores de sobremesa (desktops). A su vez, con las APPs está ocurriendo un fenómeno similar, y es que son millones las aplicaciones que los principales marketplaces (Google Play y App Store) ofrecen a sus usuarios. Todo confluye en el móvil.

Y esto es debido a que si, de hecho, hay un factor que por encima de todo caracteriza al fenómeno que estamos viviendo, es que la industria móvil está siendo probablemente la industria más global que hayamos conocido. En todas las partes del mundo y en todos los estratos sociales encontramos personas usando móviles.

Es cierto que todos estos cambios no han llegado a todos los países por igual, ni al mismo tiempo. Las economías más avanzadas, como impulsoras y propietarias de los distintos componentes de la industria (infraestructura de redes, smartphones, sistemas operativos, creación de Apps...), han sido las primeras en desplegar esta industria. En el resto de economías, toda esta revolución ha ido de la mano del despliegue de las infraestructuras de redes móviles. Es decir, se han tenido que construir primero las carreteras (infraestructura de redes) para que los vehículos (contenidos para móviles en forma de voz y datos) puedan moverse. De hecho, como ya apuntaba el fundador de Facebook, Mark Zuckerberg en el año 2014, la clave será la democratización de Internet a nivel global. Por lo tanto, el acceso a Internet en cualquier lugar y por cualquier persona en el mundo, será la clave para el acceso y despliegue de la información.

Esta “democratización” ha dado pie por ejemplo al fenómeno denominado “periodismo ciudadano”. Hace 10 años, acontecimientos que ocurrían en la otra parte del mundo solamente podían ser filmados por reporteros gráficos y nos llegaba

Hace 10 años, acontecimientos que ocurrían en la otra parte del mundo solamente podían ser filmados por reporteros gráficos y nos llegaba información parcial de lo que ocurría. En la actualidad, esos acontecimientos se graban por móvil y se cuelgan en Youtube. Todo usuario se ha convertido en reportero (que no periodista)

información parcial de lo que ocurría. En la actualidad, esos acontecimientos se graban por móvil y se cuelgan en Youtube. Todo usuario se ha convertido en reportero (que no periodista).

Uno de los primeros ejemplos que han marcado este fenómeno de divulgación de acontecimientos vía móvil fueron las revueltas conocidas como la Primavera Árabe, que se dio principalmente en Túnez y Egipto entre los años 2010-2013. El hecho de que los usuarios grabaran lo que estaba ocurriendo con sus móviles y dichas imágenes traspasasen fronteras hizo acabar con los regímenes autocráticos que los gobernaban.





En el caso egipcio, además, Internet se reveló tan importante que fue prohibido por el Gobierno. Fue tal el poder de Internet y de los móviles que el Gobierno tomó la decisión de detener las telecomunicaciones apagando sus servicios de redes dejando fuera servicios de mensajería instantánea, acceso a Internet, redes sociales y SMS.

Se puede ver en la gráfica siguiente los horarios en los cuales se dieron de baja sabiendo que estos costos representaron para Egipto una pérdida de 90 millones de dólares durante los cinco días que duró, algo así como del 3% al 4% del producto interno bruto (PIB).

Por lo tanto, queda patente que los usuarios disponemos de un potencial poder de cambio en la medida en que podemos conectarnos con el resto del mundo prácticamente desde cualquier lugar, mediante el uso de un smartphone.

Los usuarios nos hemos habituado a interactuar desde los móviles, bien vía navegador/browser

Pero no podemos perder la perspectiva de que la clave más importante de todas es la de "Smart-people". Una comunidad inteligente, que sepa adaptarse y adelantarse a los retos y cambios que estamos viviendo

o bien vía App. Y este está siendo realmente el cambio que está viviendo nuestra sociedad. Estamos pasando de vivir una revolución tecnológica, con toda la irrupción de móviles y aplicaciones, a vivir una revolución cultural. Y quien no entienda y se adapte a este cambio de paradigma, se quedará atrás. Porque en realidad, todos nosotros nos hemos vuelto usuarios. Nuestra manera de comunicarnos está cambiando, sobre todo en nuestra vida personal y en la profesional. Muchas empresas ya están viendo en los smartphones la oportunidad de mejorar sus procesos productivos y de gestión.

Pero la clave no está tanto en los smartphones y en la tecnología que hay por detrás, sino en las personas, en los usuarios, que ya de manera intuitiva entienden qué y cómo deben de operar con los dispositivos móviles. Un claro ejemplo de que debemos de trabajar dentro de la palabra que tan de moda está en los últimos tiempos "smart" (inteligente). Todo es Smartphone, Smart-Cities, Smart-Factory.... Pero no podemos perder la perspectiva de que la clave más importante de todas es la de "Smart-people". Una comunidad inteligente, que sepa adaptarse y adelantarse a los retos y cambios que estamos viviendo, será una comunidad que sin perder su esencia y sus raíces podrá desarrollarse en todas sus facetas y hacerse un hueco en este mundo cada vez más global.

Porque las soluciones de Internet y de Apps, que en la actualidad vemos, están más orientadas al consumo y al entretenimiento que a facilitar la vida de los usuarios. Y probablemente, éste será el mayor cambio que se vaya a dar en los próximos años a nivel de contenidos. Serán cada vez más las soluciones que estén enfocadas a hacernos la vida más sencilla. Las soluciones relacionadas con la salud (el llamado M-Health o M-Wellness), para poder hacer un mayor y mejor seguimiento predictivo de cuestiones relacionadas con el bienestar de las personas, aunque ya se están desplegando, tendrán un auge en los próximos años. Dado que más allá de las ventajas evidentes que las Apps puedan ofrecer a los usuarios, van a ser un elemento de ahorro de costes en los sistemas públicos de Salud. Por cierto, esa M de M-Health, viene de la palabra Mobile.

Y lo mismo ocurrirá con la productividad y competitividad de las empresas. Se está hablando mucho en los últimos tiempos de la Industria 4.0, donde la tecnología es el catalizador de la revolución industrial en la que están inmersas muchas

empresas. Ahí también, Internet y la Apps serán cada vez más importantes para que la secuencia “proveedor-empresa-cliente” sea cada vez más robusta y permita a las empresas generar valor tanto al mercado/clientes como a los propios trabajadores.

No obstante, más allá de las reglas que los megaplayers de la Industria como Google, Apple, Facebook, Microsoft... vayan a marcar en el futuro, parece más que evidente que Internet y las Apps van a ser más importantes de lo que lo son en la actualidad para el mundo. Porque el uso que se vaya a hacer de ello en los próximos años y décadas será cada vez mayor. Y es que las generaciones que nos preceden ya son nativos en el uso de las tecnologías.

El salto más complejo lo estamos viviendo en la actualidad donde los padres y madres tienen problemas de educar a sus hijo@s en el uso de las nuevas tecnologías. Al no tener experiencia de “vida tecnológica”, muchos padres y madres tienen dificultades de inculcar valores que por otro lado si lo pueden hacer en otros aspectos de la vida. Y la diferencia real la marca el hecho de que unos, los jóvenes, son usuarios de todo tipo de contenidos dispositivos y perciben que el mundo está ya conectado e interactúan con él. Y los otros, los adultos, en su gran mayoría no son usuarios de todo lo que Internet y las Apps pueden ofrecer.

Por lo tanto, con los cambios culturales que los cambios generacionales traen consigo, podemos decir de nuevo, que más que una revolución tecnológica nos encontramos ante una revolución cultural, que seguirá su curso evolutivo en la medida en la que la propia tecnología lo haga.

Con todo, parece más que evidente que si Internet es y será clave para muchos aspectos de nuestras vidas, debíamos tener empresas y personas preparadas para que nos presten servicio y soluciones en este campo ya de por sí tan amplio. Disponer de un tejido fuerte en materias de Internet y Apps será clave si queremos ser lo menos dependientes posibles en una industria que ya de por sí está manejada por determinados países y agentes. Si se quiere disponer de una autonomía relativa, será muy importante apostar por la preparación de personas y empresas en muchas materias relacionadas con Internet y Apps. Por poner un ejemplo, los delitos cibernéticos, fraudes, robos, ataques... La manera de delinquir también está cambiando y

los Estados se están preparando para ello. Pero esa lucha no podrá darse sin los profesionales adecuados. Conceptos como “forense informático”, que es la aplicación de técnicas científicas y analíticas especializadas a la infraestructura tecnológica que permiten identificar, preservar, analizar y presentar datos que sean válidos dentro de un proceso legal, serán cada vez más conocidos y necesarios.

Es por ello que se ve con preocupación que el talento de personas jóvenes, que tendrán que ser quienes desarrollen nuestra sociedad y tomen las decisiones de nuestra comunidad en unos años, se nos marchan fuera. Se van a otros países porque las oportunidades de desarrollo económico y profesional en Euskadi, al menos en la industria mobile, son muy limitadas. Adolecemos de un ecosistema claro que nos permita ser palanca de otras actividades, como pueda ser la Industria 4.0.

Los jóvenes, son usuarios de todo tipo de contenidos dispositivos y perciben que el mundo está ya conectado e interactúan con él. Y los otros, los adultos, en su gran mayoría no son usuarios de todo lo que Internet y las Apps pueden ofrecer

Si hablamos de ejemplos a seguir como Sillycon Valley u otras regiones similares como Tel-Aviv, donde las empresas de base tecnológica han marcado el devenir económico y social, debemos de entender que aquello no fue fruto de la casualidad y que con iniciativas de emprendimiento solamente no vale. El factor de impulso de estas iniciativas viene de la mano de la formación de las personas (cantidad y calidad). No es casual que Sillycon Valley se haya desarrollado al abrigo de la Universidad de Standford.

Por lo tanto, tenemos un primer reto ante nosotros. Debemos de generar personas preparadas, en conocimiento y en valores, que sepan y

puedan gestionar las claves del mundo que se nos avecina. El hecho de que los jóvenes se marchen fuera de Euskadi no debemos de entenderlo como algo negativo, porque tendrá que ser absolutamente necesario que así sea, para que entiendan desde la vivencia personal las claves del mundo global.

El segundo reto, será el tener una propuesta atractiva, para que estos profesionales regresen y compartan sus experiencias, ayudándonos a desarrollar nuestro entorno.

Pero en paralelo, tenemos ante nosotros un reto no menor. Y es que, hoy en día, desde los órganos de decisión de empresas y de la propia administración pública, se apunta hacia la prepa-

Hay un terreno enorme por recorrer y normalizar para el euskara y otras lenguas minoritarias en la nueva plataforma que se han convertido las Apps

ración de las personas y generaciones venideras como catalizadores del posicionamiento futuro. Y eso tiene gran sentido. Pero no podemos ocultar, ni obviar, que todos los movimientos hacia adelante y en positivo se tienen que empezar a dar desde ahora. Y en muchos casos, tanto en empresas como en instituciones, hay personas a las cuales les cuesta apostar por la tecnología. Y apostar significa invertir. Es bastante más habitual de lo que se pudiera pensar, que las personas que actualmente están en órganos de decisión, ven los desarrollos de software como algo “caro” y les cuesta valorar lo que realmente hay detrás de las soluciones tecnológicas. Tal vez porque estamos hablando de software y de intangibles. Y porque estamos más acostumbrados a invertir en “cosas de tocar”, en tangibles.

Por lo tanto, aunque Euskadi siempre se ha caracterizado por innovar y tirar para adelante, esta vez tiene aún mayor relevancia, dado que todos los agentes y personas de la cadena social y productiva debemos de ir a una. El impacto que la tecnología

de Internet y las Apps tendrán en nuestra sociedad y empresas debe de ser asumido por todos, valorando lo que las soluciones tecnológicas nos aportan y apostando firmemente por ellas.

Entre otras cosas, porque la manera de relacionarnos mediante smartphones será una constante e irá evolucionando en la medida que la tecnología y sus funcionalidades también lo vayan haciendo. Porque este es uno de los hechos clave del cambio cultural que ya se está dando.

Otro hecho que está afectando al cambio cultural es que prácticamente todo el contenido que se está generando en Apps y en Internet, se hace en los idiomas más globales (inglés, español, etc...). Y ese es otro aspecto que las lenguas minoritarias deben tener muy en cuenta. Así como en Internet se lleva trabajando años en que, por ejemplo, el euskara disponga de una presencia normalizada, no ocurre lo mismo con las Apps. Hay un terreno enorme por recorrer y normalizar para el euskara y otras lenguas minoritarias en la nueva plataforma en que se han convertido las Apps.

Como ejemplo, son millones y millones las Apps que los usuarios pueden descargarse en castellano. Pero, ¿cuántas hay en Euskara?. A la fecha de la redacción de estas líneas, introduciendo en Google Play, el mayor marketplace mundial de Apps, la palabra “euskara” sale un resultado total de 249 Apps. La gran mayoría de ellas, son diccionarios o aplicaciones de entidades públicas (turismo, transporte, etc...). Por lo que es evidente que hay un camino largo que recorrer y que no siempre tendrá que medirse o compararse desde una óptica cuantitativa (número de Apps). Por razones obvias de magnitudes sociales, siempre habrá muchísimas más Apps en algunos idiomas que en otros.

Lo realmente importante será desarrollar Apps, soluciones y contenidos que realmente sean valorados por la sociedad. Por lo tanto, todo pasa por hacer soluciones de interés en aquellas lenguas que los usuarios dominan y se sientan identificados, que les aporten valor. Ya que son precisamente los usuarios quienes en todo momento están liderando esta revolución cultural, desde el momento que han sido empoderados por Internet, las Apps y la tecnología.

