

## Teléfonos móviles: navegando nuestras vidas y generando conocimiento.

Comentamos en esta ocasión un artículo aparecido hace unos meses en el New York Times que comentaba la importancia creciente de los móviles en nuestra manera de comunicarnos y relacionarnos.

Os resumimos algunas de las ideas más interesantes contenidas en el artículo:

El móvil es ya el ordenador más ubicuo del mundo, los miles de millones de móviles que hay en el mundo contienen mucha información personal de sus usuarios, dan acceso rápido a la web y se usan cada vez más para orientarse y “navegar” en el mundo real.

Con el dominio del teléfono móvil, el viejo mapa en papel está siendo sustituido por otra manera de orientarnos, organizarnos y encontramos. Los mapas digitales que usamos en los móviles nos pueden indicar dónde se encuentra la estación de servicio más cercana, cajero automáticos, restaurantes más próximos e incluso dónde están nuestros amigos y contactos en cada momento.

Con estos nuevos usos de los móviles generarán una cantidad importante de datos e información y su análisis nos proporcionará información sobre lo que cada día hacen las personas, sus gustos, necesidades, sus movimientos, ..., y el **analizar esos datos supondrá sin duda un paso más en dirección a profundizar en el conocimiento de las personas, su comportamiento y poder responder mejor a sus expectativas.**

Para toda una generación de personas entregar información respecto a su situación exacta en todo momento puede suponer una “invasión de su privacidad” inadmisibles. Pero si analizamos las tendencias, desde hace unos años no ocurre lo mismo; **las nuevas generaciones comparten mucha más información de sus hábitos y gustos y esperan del resto de gente y entidades con las que interactúan un similar ejercicio de transparencia.**

Si bien es cierto que en la actualidad sólo un pequeño porcentaje de usuarios utiliza mapas en los móviles (10% en Estados Unidos, según la consultora M:Metrics) y que la gran mayoría de personas los utiliza básicamente para hablar, no es menos cierto que los usuarios de entre 20 y 30 años han crecido utilizando de manera intensiva redes sociales como Facebook, Myspace o Tuenti donde el intercambio de información y el concepto de privacidad es muy distinto del que tienen sus padres.

Además, no olvidemos que existen filtros fácilmente aplicables a cómo y cuando se permite detectar nuestra posición. Un joven ejecutivo nos contaba hace poco que él únicamente permite ser localizado cuando está trabajando o sale por motivos de trabajo. Este enfoque le parece que es útil y le aporta valor en su trabajo; por ejemplo, hace unos meses en una feria y convención en una ciudad de Estados Unidos, activo el mecanismo y permitió ser localizado, y eso le reportó más de una docena de entrevistas personales con posibles clientes que de otra manera, al no haber coincidido con él en el stand no hubieran tenido la ocasión de verle cara a cara.