

Las APPs como clave de incorporación de los dispositivos móviles en la inclusión social

La incorporación de los *smartphone* a nuestra vida cotidiana es una realidad ineludible que nos rodea, y esta circunstancia no se puede obviar ni desaprovechar en los procesos de acción social.

Los datos arrojados por el último Informe de La Sociedad de la Información desarrollado por **Fundación Telefónica** anualmente, indican que **más de la mitad de los españoles entre 16 y 74 años utiliza Internet a diario** (INE. Datos 2013). Los usuarios que se conectan a internet, al menos una vez por semana suponen el 92% de total de internautas, siendo el 53,8% los que se conectan a diario entre los 16 y 74 años.

De este porcentaje de internautas, el 62,6% participa en redes sociales o profesionales. Y en cuanto al dispositivo utilizado, **entre el 82,7% y el 22,6%, se conectan a través de teléfonos móviles**, aspecto que decrece según incrementa la edad de los usuarios (rebajando del 50% en torno a los 50 años). (Datos: *SIE2013*. Fundación Telefónica. Enero 2014. p.37)

Y en este sentido, **las APPS móviles** [(del inglés *application*), tipo de programa informático diseñado como herramienta para permitir a un usuario realizar diversos tipos de trabajos], **son una de las razones potenciales de este éxito**.

La experiencia de navegación web desde un navegador, en dispositivos móviles, se ve superada notablemente por el uso de ordenadores personales, fundamentalmente por que los navegadores han sido diseñados para tal fin (aspecto reflejado en la preferencia del Pc para productividad, *SIE2013*). Pero con la incorporación incesante de aplicaciones móviles adaptadas a *smartphone* y *tablets*, esta circunstancia ha cambiado.

Las APPS están diseñadas especialmente con una **usabilidad móvil, adaptadas a pantallas más reducidas, con interfaz más sencillas y pensadas para un uso táctil**. La reacción lógica de los diseñadores de páginas web, ha sido la adaptación progresiva de las páginas web al formato móvil. Pero esta adaptabilidad no es sencilla, y en la mayoría de los casos, las webs no están adaptadas, o su adaptación simplifica en demasía el portal.

jobandtalent

Panorama actual de la navegación móvil

HORAS DE NAVEGACIÓN



Navegamos una media de 6 horas y 15 min al día.

SMARTPHONES POR PAÍSES



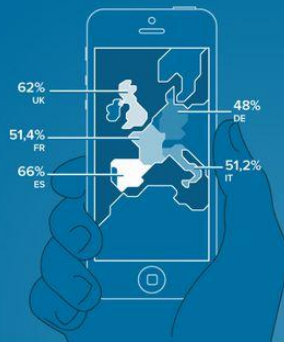
España es el tercer país en utilización de smartphones de la UE.

TRÁFICO WEB



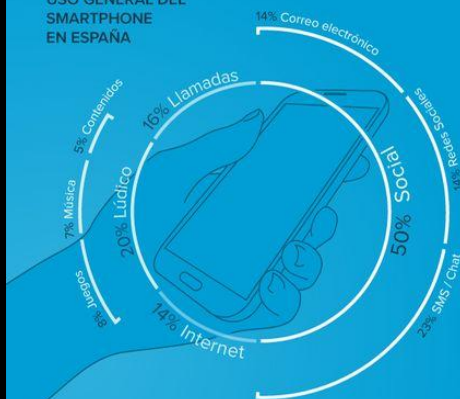
El 15% del tráfico proviene de dispositivos móviles (2012).

PAÍSES CON MÁS PENETRACIÓN MÓVIL



Uso del móvil

USO GENERAL DEL SMARTPHONE EN ESPAÑA



ACTIVIDADES DIARIAS EN INTERNET

Sociales

Chats/SMS, Mail, Social

Funcionales

Salud y bienestar
Libros o formación profesional
Guías, viajes, transportes
Restaurantes, alimentación
Marcas

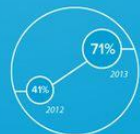
Lúdicas

Redes y dispositivos
Juegos, Música
TV o vídeos
Móvil

Consultivas

Banca electrónica
Comprar online, cupones

NAVEGACION A TRAVÉS DE APPS



El uso de apps aumenta un 30% con respecto al año 2012.



22.000.000

de españoles usan apps a diario



4.000.000

de descargas al día (2013)
2.700.000 de descargas al día (2012)

TIPOS DE APP MÁS DESCARGADAS

Comunicación

83,9%

Correo electrónico

80,5%

Redes sociales

70,3%

¿Empleo en el móvil?

26,9% TASA DE PARO

56,2% PARO JUVENIL

MÓVIL VS. PORTÁTIL

8 de cada 10 usuarios abre primero una oferta de empleo desde el móvil.



26% de los usuarios de jobandtalent procede de dispositivos móviles



81% opina que en dos años la búsqueda de empleo se hará desde el móvil*



76% no accede a ofertas de empleo del IBEX 35*
Brecha en el acceso a ofertas de empresas desde el móvil.



* Encuesta realizada a usuarios de jobandtalent. Datos sacados de The App Date, Informe Comscore y V Estudio Anual IAB Spain Mobile Marketing

Consulta esta y otras infografías sobre #MobileInclusion aquí:



¿Cómo aprovechar esto en la acción social?

En los proyectos sociales, la interacción con la persona, grupos o comunidades es nuestro trabajo para favorecer cambios positivos en los contextos de las mismas, y es ante esta cuestión donde **los smartphone y sus aplicaciones, se presentan como un medio de relación complementaria, que no alternativa, con inmensas oportunidades de comunicación, transferencia y ubicuidad.**

Cabe señalar, que es lógico pensar que nuestros participantes, personas habitualmente en vulnerabilidad social, tienen un acceso limitado a las tecnologías digitales, y en muchos casos analfabetismo digital. Y este, es precisamente el aspecto en el que hay que incidir. Estar inmerso en **la brecha digital, no sólo es un factor de exclusión social, sino que además implica una doble exclusión para las personas que acompañamos.**

Por un lado, afectados por el riesgo o situación de exclusión social clásico, que podríamos definir, según la European Foundation, como “Proceso mediante el cual los individuos o grupos son total o parcialmente excluidos de una participación plena en la sociedad en la que viven” (European Foundation, 1995).

Esta definición está enmarcada en un contexto derivado de la sociedad industrial, pero **nos encontramos en el siglo XXI, en la sociedad del conocimiento o sociedad red. En este nuevo contexto, la influencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, influye directamente en todos los sectores sociales.** Y es aquí, donde los profesionales de la acción social y las acciones impulsadas desde los Telecentros, debemos adelantarnos a los nuevos retos que plantea la “*sociedad hiperconectada*” (Reig y Vilches. 2013)

Debemos **actuar desde nuestra propia alfabetización en medios digitales**, para favorecer la incorporación de todos los segmentos sociales a esta *realidad transmediática*.

Por todo lo expuesto, **hemos de apropiarnos de la tecnología, y en especial del potencial de las APPS móviles para aprovechar nuevas formas de interacción social.** ¿Quién no ha pasado horas al teléfono tratando de contactar con una u otra participante sin éxito? o ¿quién no se ha encontrado con una asistencia muy inferior a lo esperado o planificado en una u otra actividad?, ¿O ha tenido dificultades de horarios/tiempos para ponerse en contacto?, ¿quién no ha deseado dar continuidad a una actuación, y no ha podido por falta de tiempo o espacio, o por pérdida de relación con el grupo? ¿Quién no se ha visto sin recursos técnicos propios de la entidad?

Hoy, tenemos correo electrónico, WhatsApp, redes sociales de todo tipo, blogs, wikis y un sin fin de **herramientas 2.0 que nos aportan nuevos medios de relación con las personas, y que favorecen espacios de interacción grupal o individual, no limitados por espacio/tiempo.** Y todas ellas con acceso inmediato en nuestros bolsillos, a través de smartphone y APPS móviles.

Sí, no podremos llegar así a todas las personas, pero **¿eso va a ser una excusa para no utilizar estos medios como oportunidades?**, y por supuesto, en el tercer sector solemos tener escasos recursos materiales, pero, **¿no pueden convertirse nuestros móviles y los de los participantes en herramientas para el servicio a la comunidad?**

Webgrafía

Informe de la Sociedad de la Información en España 2013. Fundación Telefónica.

<https://www.youtube.com/watch?v=x04yi6ufv4Q>

http://www.fundacion.telefonica.com/es/arte_cultura/publicaciones/sie/sie2013.htm

Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas. Mayo de 2013

Dolors Reig - Luis F. Vilches. F. Telefónica y F. Encuentro.

http://www.fundacion.telefonica.com/es/arte_cultura/publicaciones/detalle/182

Vídeo reflexión: *Un Ipad es una revista que no funciona*

<https://www.youtube.com/watch?v=l4uCO0aJcwY&feature=youtu.be>