

Política móvil en Panamá

El *Life Mobile Style* es, seguramente, el concepto más transformador del comportamiento social e individual que hemos conocido hasta ahora. Los móviles se están convirtiendo en el instrumento más versátil, global y potente que jamás hemos disfrutado. Dispositivos cada vez más pequeños, cómodos y completos, que se adaptan con facilidad a nuestra vida en movimiento.

En Latinoamérica, en [julio de 2011](#) el parque de *smartphones* era del 18%, mientras que un año después este porcentaje ha ascendido hasta el 34% de la población. Según [Pyramid Research](#), la venta de *smartphones* avanza en promedio un 30% anual, y Brasil y México representan los mercados más grandes. Centroamérica cuenta con la mayor penetración al tener una tasa media de 122,4 móviles por cada 100 habitantes.

Otro reciente estudio de Google confirma esta tendencia: en Brasil, por ejemplo, el número de usuarios de teléfonos inteligentes supera a la población de Australia. Google destacó, especialmente, [el ejemplo de Panamá](#), donde cuatro de cada diez panameños que se conectan a Internet lo hacen a través de datos de un operador móvil y uno desde un *smartphone*.

Panamá es también [el segundo país con mayor penetración en la red social Facebook](#) a nivel de Centroamérica, según un estudio realizado por la empresa iLifebelt, por medio de su Observatorio de Audiencias Digitales. En Panamá, un 24% de la población tienen un perfil activo en Facebook y Twitter está experimentando un crecimiento exponencial.

La revolución móvil es imparable. También en Panamá. Una nueva y poderosa arma democrática está al alcance de la mano de muchos ciudadanos. Nuestros móviles, a día de hoy, tienen más tecnología que toda la que se utilizó para llevar al hombre a la Luna. Es una auténtica revolución casi comparable a la industrial, pero superior en su evolución, extensión y penetración. Dispositivos con cámara, grabación de imagen y sonido, lectura de QR, acceso a Internet, orientados hacia las redes sociales y con innumerables aplicaciones para la socialización.

Existe una nueva cultura de la comunicación que permite organizarse mejor y de modo diferente a como lo habíamos hecho históricamente. Gana el talento colectivo y la creación de nuevos contenidos, que son enviados y reenviados de forma viral. Los mejores contenidos triunfan. La gente vive en las redes sociales. Cambios que la política asimila lentamente, mostrando una falta de conexión vital con la ciudadanía.

Si la política quiere conectar con los jóvenes, deberá ser también móvil. Deberá adaptarse a esta realidad imparable e iniciar una acelerada inmigración digital hacia entornos vitales nuevos. Debemos encontrarla en nuestro móvil, de la misma manera que encontramos nuestro banco, a nuestros amigos o nuestro trabajo. O se comprende que la tecnología móvil puede organizarnos mejor, en la sociedad del conocimiento, para la acción política, o todo lo que se haga serán imitaciones tardías, sin autenticidad y sin sentido.

Las elecciones son siempre una oportunidad para explorar y dar nuevos pasos, pero no se trata de experimentar con criterios fundamentalmente mediáticos -para competir en una suerte de concurso de hits digitales- sino de comprender que la vida móvil es uno de los retos culturales más importantes a los que la política democrática debe responder si quiere ser útil y práctica para la cotidianeidad. Tener la primera aplicación o servicio en la carrera competitiva por ver quién es más moderno y digital está bien, muy bien. La competición estimula. Pero comprender la naturaleza y la profunda transformación en el modelo de relación que supone la vida móvil es lo importante. No estamos hablando solo de tecnología, sino de un nuevo ecosistema social que se estructura alrededor de la información y las relaciones compartidas. No es un cambio, es una revolución.

JULIO 2012

Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación

@antonigr