

Tirada: <b>472.675</b>	<b>EL PAÍS</b> EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL	Superficie: <b>83 cm<sup>2</sup></b>	
Difusión: <b>378.393</b>		Ocupación: <b>90,66%</b>	
(O.J.D)	Nacional	Diaria	
Audiencia: <b>1.324.375</b>	General		
Ref: <b>5896242</b>	2ª Edición	15/02/2015	Página: <b>39</b>
			1 / 1

sociedad

# Campeones en WhatsApp

El elevado precio de los SMS y las costumbres sociales han convertido a España en el país europeo donde más se utiliza la mensajería instantánea

THOMAS GUALTIERI  
Madrid

¿Son los españoles los europeos más locuaces? Si el indicativo para medirlo fuera el chateo a través del teléfono móvil la respuesta sería sí, y con diferencia. La difusión de los servicios de mensajería instantánea y de las conexiones móviles de alta velocidad está aumentando en toda la Unión Europea, pero en España lo hace a un ritmo desconocido en otros países. Según un informe elaborado por la Comisión Nacional del Mercado y de la Competencia (CNMC), los españoles son los europeos que más usan servicios como WhatsApp. El 98% de sus teléfonos inteligentes lo tienen instalado.

A los españoles les gusta comunicarse y esto es un caldo de cultivo para este tipo de aplicaciones, aseguran los expertos en tecnologías. Pero esa no es la razón fundamental que explique el éxito de WhatsApp en España. Tanto o más que el gusto por la charla influye el elevado coste de los SMS cuando estos servicios empezaron a difundirse. Los mensajes en España eran mucho más caros que en otros países.

Los datos que la CNMC ha recogido en un informe que publicó en enero demuestran que el 51,5% de los usuarios españoles usa diariamente los servicios *Over the top*—aquellos en los que las operadoras no están involucradas de forma directa, como WhatsApp—y el 83% de los poseedores de smartphones lo hace al menos una vez por semana. Los holandeses, segundos en esta clasificación, no pasan del 67%.

Cuando la aplicación llegó a España en 2010 se expandió con rapidez como alternativa a unos mensajes excepcionalmente caros, recuerda Elies Campo, que hasta finales de 2014 fue responsable del desarrollo de negocio en WhatsApp para España y Latinoamérica. "Mientras en otros países ya existían tarifas planas para los SMS, enviar un mensaje en España costaba 21 céntimos, más incluso que los 12,7 céntimos necesarios para enviar un mensaje desde el territorio nacional al extranjero".

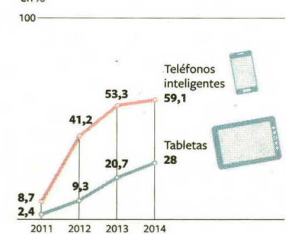
La ausencia de tarifas que incluyeran SMS gratuitos—que sí existían en países como Italia y Portugal—alentó el uso de la aplicación: "Hasta enero de 2014 España era el país en el que se intercambiaba en números absolutos el mayor volumen de mensajes de WhatsApp. Que el 98% de los smartphones españoles tenga WhatsApp instalado implica que su tasa de penetración no tiene casi margen de crecimiento", detalla Campo.

La utilización de estos servicios sigue un patrón ya conocido: "Google llegó a España más tarde que en otros países, pero en muy poco tiempo se hizo con el 90% del mercado de los buscadores, algo único", asegura Enrique Dans, profesor de Sistemas de In-

## El mercado de la comunicación a través de aplicaciones

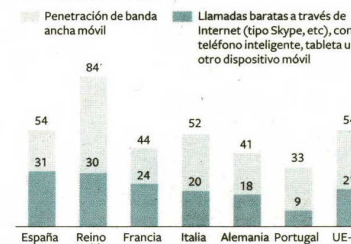
### ■ PENETRACIÓN DE SMARTPHONES Y TABLETS

En España. Individuos que disponen del dispositivo, en %



### ■ BANDA ANCHA MÓVIL Y LLAMADAS POR INTERNET

Año 2013. En % de usuarios



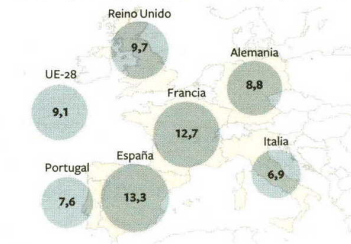
### ■ FRECUENCIA DE USO DE LA MENSajerÍA INSTANTÁNEA POR INTERNET CON MÓVIL

En España. En %



### ■ INGRESO MEDIO POR TELEFONÍA DE VOZ

Año 2011 (último disponible). En céntimos de euro por minuto.



Servicios OTT: Audio, vídeo, mensajes, u otros medios que los proveedores ofrecen de manera directa al usuario a través de Internet. OTT, las siglas inglesas de "Over The Top", "Desde la nube".

Fuente: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

EL PAÍS

formación en la IE Business School de Madrid. Y añade: "Las características de España podrían convertirla en un laboratorio para el lanzamiento de nuevas plataformas sociales que tengan externalidades de red, es decir, cuyo valor crezca conforme aumente el número de usuarios".

Este experto identifica en el "alto nivel de recomendación social" otra de las causas de la fuerte difusión de las redes sociales en España: "No hay estudios sociológicos que expliquen científicamente por qué la mensajería instantánea tiene gran calado en España. En general se puede decir que hay una tendencia a confiar en los amigos y en las familias que nos recomiendan una aplicación para móvil o una red social, de cuyo uso además se suele presumir mucho. Se trata de dos factores que contribuyen a que el número de usuarios se eleve con mucha rapidez". Según el informe sobre la sociedad de la información 2014 de Telefónica, la mensajería instantánea creció en los últimos dos años en un 206%, hasta alcanzar el 78% de la población con teléfono móvil.

Gustavo Leitao Cardoso, sociólogo de la comunicación del Instituto Universitario de Lisboa, especifica el papel clave de los jóvenes en esta difusión: "Hoy en día les interesa una aplicación sencilla, como WhatsApp, y no una red social que se compromete en ofrecer todo tipo de servicios, como Facebook. Desean comunicarse como quieren y con quien quieran, de manera más cerra-



Tres jóvenes se conectan a la Red con sus smartphones. / C. BAUTISTA

da. Y lo quieren hacer para decir algo concreto, no para dejar patente su existencia en la Red, como pasa en Facebook, donde además los padres están cada vez más presentes", arguye el académico. Y en efecto, según los datos de la CNMC, siete de cada 10 usuarios cuyas edades están entre los 16 y los 34 años dispo-

ne de una conexión a Internet sobre móvil, diez puntos por encima de la media.

Más allá de las tendencias sociológicas, la mejora en la Red móvil española es fundamental en la difusión de estos servicios. "Cuando, después de la resintonización, las frecuencias destinadas a la televisión queden defini-

damente libres, aumentará la velocidad de la banda móvil ancho española. Este incremento, junto con las agresivas estrategias de marketing de las operadoras, harán que los usuarios de conexiones de alta velocidad móvil sigan creciendo", asegura Isidro Nieto, responsable de banda ancha en el Mediterráneo de la de la multinacional Ericsson.

La consecuencia es que, según los datos del Instituto Nacional de Estadística, en los últimos tres meses de 2013 el 70,2% de los usuarios de Internet declaraban haber accedido a la Red a través de un dispositivo móvil fuera de su casa o de su trabajo. En 2014, este porcentaje aumentó hasta el 81,7%, 11,5 puntos porcentuales más.

La consultora Comscore, además, ha calculado que en marzo de 2014 el 81% de los teléfonos móviles españoles eran smartphones, 10 puntos más que la media de la Unión Europea. Y es a través de las conexiones móviles como, según los datos de la CNMC, se efectúan la mayoría de las comunicaciones.

Uno de los motivos de esta pri-

En cuatro años la aplicación de chateo ha llegado al 98% de los teléfonos

Siete de cada 10 jóvenes dispone de una conexión a Internet móvil

macia es que "los servicios como WhatsApp se están usando cada vez más como herramienta de trabajo", explica Selva María Orejón, fundadora y directora ejecutiva de la consultora tecnológica Onbranding.es. "Hay países en los que las novedades tecnológicas llegan dos años antes que en España, pero la penetración en el mercado español se concreta a una velocidad que en el extranjero no existe", agrega.

Una difusión tan profunda, sin embargo, tiene también su revés. No todos los usuarios consiguen mantener una relación tranquila con WhatsApp. En los últimos años los casos de adicción a esta aplicación han aumentado tanto en España como en otros países europeos. "Existen casos clínicos en los que el uso compulsivo de WhatsApp se traduce en una falta de entrenamiento de las habilidades sociales, en problemas de concentración, en la imposibilidad de tener un sueño reparador por estar siempre pendiente del móvil. Hay casos en los que los pacientes llegan a percibir sonidos o vibraciones de su móvil que definimos como fantasmas, ya que nunca ocurrieron", destaca José Antonio Molina, psicólogo y experto en tratamiento de adicciones. "La mayoría de ellas se registran entre los jóvenes, cuya necesidad de comunicarse y de interactuar con los demás es generalmente más fuerte. Los mayores de 50 años suelen tener una relación más fría con este tipo de aplicaciones", especifica el psicoterapeuta Miguel Pedano.