

Claves de supervivencia en tiempos de conexión 24/7

● POR GABRIELA ROCHA, GERENTA DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO COMERCIAL DE FERRERE

Le llegó por Whatsapp una foto suya, festejando, haciendo el gesto de "triple" con la mano. Había ido al Palacio Peñarol a ver a su cuadro en básquetbol pero él no había sacado la foto y ni siquiera conocía al otro hinchita que la había posteado en su muro de Facebook.

La historia anterior, real, es un ejemplo cada vez más frecuente de la exacerbada exposición que se vive en la era de los teléfonos inteligentes y las redes sociales. Se trata de una exhibición que muchas veces no es buscada ni consentida por las personas. En ocasiones es, incluso, ignorada.

Si usted va un recital, una carrera, un curso o simplemente al gimnasio es posible que aparezca de un momento a otro en la última actualización de Instagram del que tenía al lado (o peor aún, ¡en la cuenta oficial de Twitter de un medio de prensa!), y poco puede hacer para evitarlo.

De lo que sí debería asegurarse es de no tener intenciones de ocultarle a nadie que participó de esa actividad pública. Por lo demás, tomarse con buen ánimo la difusión de su cara de lejos en una multitud o un primer plano mientras festeja un gol, hace *push-ups* o levanta las manos al pasar por la meta en la maratón.

Pero si usted es una marca, sí debería tener en cuenta que la ley de derecho a la imagen en Uruguay, si bien es antigua y le faltan elementos de actualidad, tiene total vigencia. En definitiva, deberá tener en cuenta que, al utilizar con fines comerciales imágenes de personas que han participado de alguna actividad, se les deberá pedir previamente su consentimiento expreso, para evitarse problemas a futuro.

La vuelta a las raíces

La exposición extrema y la conexión a los dispositivos móviles 24/7, ha dado lugar a tendencias opuestas. De a poco está dejando de ser el más *cool* el que tiene la última versión del celular de moda, sino el que puede ser un profesional destacado y, al mismo tiempo, estar lo más desconectado posible, con un teléfono básico (o "tonto"), que solo sirve para hacer llamadas.

Esto es tan así que este año, en el marco del afamado evento mundial de tendencias móviles de Barcelona, el Mobile World Congress, Nokia relanzó el 3310 original, con algunas actualizaciones. Se trata de una buena alternativa para aquellos que solamente quieren estar ubicables, y se cansaron de la dependencia que generan los celulares inteligentes.

Una nota de la BBC cuenta que Danny Groner, el dueño de Shutterstock, utiliza un teléfono sin posibilidad de acceso a las redes sociales ni conexión a Internet. Groner no es el único, ya que cada año se comercializan 44 millones de teléfonos básicos, según publicó El Observador. Esto no representa un porcentaje significativo del total del mercado, pero sí es de importancia teniendo en cuenta que hace algunos años, con la llegada de los *smartphones*, parecía evidente que estos antiguos aparatos estaban condenados a la extinción. Los que se decantan por esta alternativa de "volver a las raíces", han dado lugar a una nueva tribu urbana: los "desconectados".

Por supuesto que las empresas están atentas a estas tendencias y pronto lanzaron alternativas para atender a los radicalizados o a aquellos que, sin dejar de estar inmensos en la conexión desmedida, por lo menos notan que algo no anda bien. Así fue que surgieron las cajitas para dejar el teléfono en los restaurantes, ofreciendo al comensal "adicto" una contrapartida si las usa, como un descuento o un producto extra. También están los hoteles sin *wifi* para los huéspedes. Al usuario le dan un empujón para "acercarse" al que tiene en frente, dejando de lado ese aparato



que irónicamente fue ideado para conectar con otros y acortar distancias.

En la vida laboral la hiperconexión no es menos preocupante que en la social, ya que la mayoría de las personas va con sus celulares a las reuniones de trabajo y lo deja cerca, lo monitorea y, si tiene la chance, se va con su atención de la reunión real para atender otros asuntos de manera virtual. También ya hay firmas que están optando por exhortar a dejar los dispositivos en la puerta de las reuniones: la única manera de conseguir la atención total de los participantes y así hacer rendir mejor el tiempo.

Pero surgen otros inconvenientes cuya solución parece más

lejana o compleja. Por ejemplo, ¿qué sucede cuando los clientes ya no llaman a la empresa sino que utilizan el Whatsapp personal de su proveedor? ¿Es posible establecer un límite en el horario de atención? ¿Cuentan estas respuestas rápidas como las "oficiales" que da una firma frente a un asunto? ¿Y cuando el que utiliza ese canal es el jefe con sus subordinados?

Abusar de la tecnología o darle la espalda no son las únicas alternativas. Cada uno deberá evaluar cuántas horas de su vida destina a alimentar el éxito de las redes sociales, ya sea generando contenido o consumiéndolo, cuánto tiempo dedica a asuntos de trabajo luego de la oficina o cuántas veces atiende las notifi-

caciones en su celular mientras cena con otras personas, entre otra decena de "tentaciones". Como en diversos órdenes de la vida, un punto medio puede representar un buen camino.

SOLUCIONES GRÁFICAS DE PELÍCULA

Más de 100 años de trayectoria
atención personalizada y tecnología de punta para imprimir
proyectos con resultados superiores



LIBROS / REVISTAS / CATÁLOGOS / FOLLETOS / PACKAGING



www.graficamosca.com
mosca@graficamosca.com
Tel: 2408 3049*
Guayabos 1672 - Montevideo