

REDES SOCIALES EN EL MÓVIL

Ángel VALLE



Ahora que parece que nuestro prestigio se mide por el número de amigos en Facebook o en Tuenti, Telefónica lanza Keteke

Ahora que las redes sociales parecen haberse colado hasta en el último rincón de nuestras vidas y que nuestro prestigio se mide por el número de amigos en Facebook o Tuenti, Telefónica se ha cansado de mirar los toros desde la barrera y ha decidido saltar al ruedo con Keteke, una comunidad virtual multiplataforma, que permite interactuar desde el ordenador y desde el teléfono móvil o, incluso, desde la televisión a través de Imagenio.

Keteke es la primera red social local de ámbito español, orientada fundamentalmente al sector de población más joven, en la que el usuario registrado puede compartir contenidos multimedia en forma de fotos y vídeos sin límite de capacidad, escribir a diario en su blog o enviar mensajes a sus amigos desde el ordenador y desde el teléfono móvil. Así, el acceso es inmediato y los usuarios pueden contactar e interactuar con sus amigos al instante. Además, cuenta con la ventaja de que, pese a tratarse de una red lanzada por Telefónica, también está abierta a los usuarios de otras operadoras, aunque aquellos registrados de Movistar reciben alertas gratuitas en su móvil para estar informados de la actividad de sus amigos.

Otra de las novedades de

esta red social es que incorpora un juego multijugador de estrategia gratuito, ketekecity, en el que diferentes facciones tienen que superar retos para lograr conquistar un espacio de la ciudad. Cada jugador genera un avatar personalizable, supera retos e interactúa con el resto de usuarios en esta ciudad virtual.

Para acceder a Keteke, hay que registrarse en www.keteke.com si se accede desde el ordenador, entrar en el portal wap <http://m.keteke.com> si se hace desde el móvil o acceder al canal keteke de Imagenio.

Telefónica, teniendo siempre en mente a ese público más joven, ha complementado su red social móvil con un blog, desarrollado por la empresa Betybyte, proveedor tecnológico de referencia de esta iniciativa y que también ha puesto en marcha otros servicios como el foro, la búsqueda de amigos, el modelo de interacción de los usuarios o el gestor multimedia que permite subir y compartir en la comunidad fotos y vídeos. Paralela-

Keteke incorpora un juego multijugador de estrategia en el que cada jugador genera un avatar personalizable

mente, y para dar a conocer Keteke, se ha optado, no por la publicidad convencional, sino por otras novedosas iniciativas que van desde una cena con Paris Hilton o la posibilidad de ganar un crucero hasta campañas de marketing de guerrillas consistentes en el reparto de narices de payaso de color verde—color corporativo de Keteke— en locales de ocio y universidades.

Pero no es ésta la única red social para móviles. Así, Nokia lanzó en septiembre Ovi www.ovi.nokia.com, exclusivamente pensada para teléfonos celulares, sumándose a un sector donde ya estaban presentes Zyb—<http://zyb.com>—, empresa danesa que Vodafone compró en mayo; Bluepulse—<http://bluepulse.com>—, una mezcla entre red social y Twitter para teléfonos móviles; MoccoSpace—www.mocospace.com—, centrada en la posibilidad de chatear con otras personas a través del móvil, con la opción de encontrar gente que viva cerca, o Mig33—www.mig33.com—, que potencia los sistemas de mensajería instantánea y las llamadas de voz sobre IP.

Se trata de un paso más allá en el mundo de las redes sociales, cuyo desarrollo no ha hecho más que empezar, aunque es pronto para adivinar si se trata de una moda pasajera o de un modelo perdurable.