Instituto de Ciencias de Gobierno
y Desarrollo Estratégico

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

INSTITUTO DE CIENCIAS DE GOBIERNO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO

ANÁLISIS DE LAS PRINCIPALES REDES SOCIALES EN MÉXICO (FACEBOOK Y TWITTER) EN EL DESARROLLO DE LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES EN 2012: UNA PERSPECTIVA DESDE LA ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS

Tesis presentada para obtener el título de Maestría en:

Opinión Pública y Marketing Político

Presenta:

VIOLETA ANGÉLICA CILIA LUNA

DIRECTOR: DR. OCTAVIO ISLAS

PUEBLA, PUE.; A 27 DE FEBRERO DE 2015

Para la mujer que representa uno de mis pilares más fuertes y es la luz de mi vida

Esto, es para ti mamá

Dedicatoria/Agradecimientos

"A veces sentimos que lo que hacemos es tan sólo una gota en el mar, pero el mar sería menos si le faltara una gota"

Madre Teresa de Calcuta

Agradezco a Dios por la oportunidad y la dicha de permitirme concluir esta etapa formativa en mi vida profesional, llena de enseñanza, retos superados, buenos amigos y personas que me apoyaron a lo largo de la maestría.

A mi madre, Gloria Luna, quien siempre se ha encargado de apoyar mis sueños a lo largo de mi vida, mi mayor motivadora, también mi mayor ejemplo de fe y amor. Gracias a ti mamá hoy doy un paso más en el plano profesional, a ti, más que a nadie le debo todo lo que soy y sólo le pido a Dios que me dé la oportunidad de recompensarte todo tu esfuerzo. Este logro es de las dos. ¡Te amo mamá!

A mi padre, Francisco Cilia, por compartir conmigo los momentos especiales de mi formación. Gracias papá por estar al pendiente de mí, por tu apoyo y tus consejos. Te quiero papá.

A mis hermanos, Gloria y Francisco, quienes invirtieron parte de su tiempo para acompañarme a la Ciudad de México a las revisiones de esta investigación. Gracias por su ayuda y su cariño.

A mis tíos: Carmen, Gaudencio y Oscar, por su apoyo, su cariño y su confianza, al igual que a mis primos: Aleydis, Oscar y Mariana y mi sobrina Mía, otra gran motivación en mi vida.

A Uriel Corres, por todo su apoyo en los momentos de mayor presión durante la maestría, por su ayuda en la realización de esta investigación y por su disposición para hacer equipo, gracias manito. Gracias también a Anita Téllez y Jaime Corres, por su apoyo incondicional, su cariño y por tratarme como a una hija.

A mi Director de tesis, Octavio Islas, quien sin conocerme tuvo la mejor disposición para dirigir y apoyar mi investigación. Por toda su ayuda, horas de dedicación y por motivarme a traspasar fronteras en este proyecto. Gracias Octavio por tu calidez, tu confianza y tu sensibilidad como ser humano, eres la mejor persona que pudo haber dirigido este barco y siempre te estaré agradecida. Mi admiración y respeto para ti.

A mi tutor, José Cisneros, por su apoyo y confianza en mí como su alumna a lo largo de la maestría, por haberme dado el privilegio de compartir con él en ponencias y la publicación de un libro, por escucharme y apoyar mis inquietudes dentro del Instituto. Gracias Dr. Cisneros por su apoyo en esta investigación y por sus enseñanzas, para mí han sido las mejores.

Al Dr. Fernando Gutiérrez, por su confianza en esta investigación y su disposición para formar parte del jurado evaluador. Gracias sinceramente por toda su ayuda.

Al Dr. José Antonio Meyer, director del ICGDE, por su apoyo para los gastos de traslado y gestión del viaje realizado a Canadá como parte de la metodología de esta investigación. Gracias Dr. Meyer porque en usted siempre encontré disposición a mis inquietudes como alumna, aparte de ser un gran maestro, es usted una gran persona.

Al Lic. Daniel Torres y al C.P. Omar Sánchez Morales por su tiempo y ayuda en los trámites para mi visita a Canadá.

A los especialistas de la Asociación de la Ecología de los Medios (Media Ecology Association) que dedicaron parte de su tiempo para la realización de las entrevistas contenidas en esta investigación: Niall Stephens, Yoshua Meyrowitz, Mike Plugh, Lance Strate, Bob Logan, Susan Barnes y Eric McLuhan.

Asimismo expresar mi agradecimiento de manera especial a Phil Rose, Sheldon y Marilyn Richmond, por su ayuda y hospitalidad brindada durante mi estancia en Canadá.

Mi agradecimiento a la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado de la BUAP, por el apoyo económico para el viaje a Canadá.

Esta tesis fue realizada con el apoyo del Programa Nacional de Posgrados de Calidad

RESUMEN

La presente investigación representa un estudio de caso que pretende analizar el papel que desempeñaron las redes sociales virtuales como Facebook y Twitter en el desarrollo de las campañas presidenciales de 2012, desde una perspectiva de la Ecología de los Medios. Dada la extensión del tema, es necesario aclarar que la investigación se centró únicamente en el candidato priista Enrique Peña Nieto, por considerarse como el puntero en el uso de redes sociales de acuerdo a lo que citan varios estudios que más adelante se presentan. El principal objeto de estudio de esta investigación fue comprender los usos, los alcances, las limitaciones de las redes sociales durante 2012 en el escenario político del país a través del análisis que ofrece el enfoque de la Ecología de los Medios con importantes aportaciones de entrevistas hechas a especialistas clave que integran la Asociación de la Ecología de los Medios y teniendo como método de investigación el análisis del estudio de caso, a partir de ahí, establecer alternativas o soluciones que deriven en un mejor uso y aprovechamiento de las herramientas que ofrece la tecnología a través de Internet y las redes sociales.

PALABRAS CLAVE

(Redes sociales, elecciones 2012, Ecología de los Medios)

ABSTRACT

This research is a case study that analyzes the role played by social networking sites like Facebook and Twitter in the development of the presidential campaigns of 2012 in Mexico, from the perspective of Media Ecology. Given the extent of the issue, it is necessary to clarify that the investigation focused solely on the PRI candidate Enrique Peña Nieto, be considered as the pointer on the use of social networks according to what cite studies are presented below. The main object of study of this research was to understand the purpose, scope, limitations of social networks during 2012 in the political scenario of the country through the analysis that provides the focus of the Media Ecology and taking as a research method analysis from the case study, from there, establish alternatives or solutions that lead to a better use and development of technology tools offered by the Internet and social networks.

KEY WORDS

(Social networks, presidential campaigns of 2012 in Mexico, Media Ecology)

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 (MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL)

1. **Ecología de los Medios**

1.1 ¿Qué es Ecología de los Medios?.....12

1.1.2 Principales autores y obras seminales……..……16

1.1.3 Edades mediáticas……21

1.1.4 Medios calientes y medios fríos……..……...26

1.1.5. Cinco cosas que debemos saber acerca del cambio tecnológico…….……...27

1.1.6 La Tétrada de los McLuhan……30

1.2 Redes Sociales

1.2.1 Definición y Origen de redes sociales……...…..41

1.2.2 Principales estadísticas de Internet y redes sociales en México……..……44

1.2.2.1 Las cifras de la Internet World Stats……..44

1.2.2.2 Principales estadísticas sobre Internet y redes sociales en México……..……46

1.2.2.3 Cifras de la IWS sobre la penetración de Internet en México…….…46

1.2.2.4 Cifras sobre Internet dadas por el INEGI, 2012……...…47

1.2.2.5 Cifras de hábitos de usuarios de Internet y redes sociales por AMIPCI……....49

1.2.2.6 Redes Sociales y política……51

1.2.2.7 Cifras del World Internet Project sobre Internet y redes sociales en México……..…53

1.2.2.8 Internet y política……...56

1.2.2.9 Cifras de IAB México sobre Internet y redes sociales en México……..……57

1.2.2.10 Redes sociales……59

1.2.2.11 Datos de Consulta Mitofsky sobre la importancia de Internet en la vida de los mexicanos……61

1.2.2.12 Datos del IFT sobre telefonía móvil en 2012……63

1.3 Sociedad de la Información y política 2.0

1.3.1¿Qué es la información?.....64

1.3.2 Orígenes del concepto de información……...…..68

1.3.3 Información y Lenguaje……...69

1.3.4 El sexto lenguaje (cadena evolutiva)……72

CAPÍTULO 2 (TIC Y REDES SOCIALES)

2. Uso de las TIC en campañas políticas

2.1 El empleo de TIC en campañas presidenciales en España, Italia y Estados Unidos……77

2.2 Redes Sociales y movimientos de liberación en el mundo……..…....79

2.3 México: uso de TIC y redes sociales en 2012……...85

CAPÍTULO 3 (METODOLOGÍA)

3.1 El estudio de caso……..……92

3.1.1 Paso 1: Definición y selección del estudio de caso…..…..…..……93

3.1.2 Paso 2: Usar múltiples casos como parte del mismo estudio de caso……93

3.1.3 Paso 3: El fortalecimiento de las pruebas utilizadas en el estudio de caso……94

3.1.4 Paso 4: Analizar la evidencia del estudio de caso……...…95

3.2 El tema de investigación en el estudio de caso……..…..96

3.3 Descripción de los cuatro pasos aplicados al estudio de caso de la investigación……..……..…98

CAPÍTULO 4 (RESULTADOS)

4.1 Casos de uso de redes sociales en procesos electorales y movimientos sociales en el mundo…….……..…103

4.1.1 El caso del movimiento Occuppy Wall Street……103

4.1.2 El caso del movimiento de La Primavera Árabe……..……105

4.1.3 El caso del movimiento de Los Indignados de España……108

4.1.4 El caso de la campaña presidencial de 2008 de Barack Obama……111

4.1.5 El caso de movimiento #YoSoy132…….……113

4.2. Análisis de los hallazgos…….…..…..116

4.3 Entrevistas Abiertas……..120

4.3.1 Entrevista a Joshua Meyrowitz……120

4.3.2 Entrevista a Lance Strate……..……122

4.3.3 Entrevista a Mike Plugh…….……124

4.3.4 Entrevista a Niall Stephens…….……..127

4.3.5 Entrevista a Susan Barnes……130

4.3.6 Entrevista a Robert K. Logan……132

4.3.7 Entrevista a Eric McLuhan…….134
4.4 Datos estadísticos sobre la elección presidencial 2012, enfocados en el candidato EPN…….....136
4.4.1 Análisis cronológico (análisis de la evidencia)…….…….137
4.4.2 La publicación más comentada en Facebook……..…..138
4.4.3 Los Trending Topics más sobresalientes al cierre de campaña…….……139

CAPÍTULO 5 (CONCLUSIONES)……...…….141

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tétrada de McLuhan……34
Figura 2. Aplicación de las “leyes de los medios” a la obra de McLuhan “Understanding Media”.....35
Figura 3. Teléfono Móvil……..36
Figura 4. Internet……37
Figura 5. Herramientas manuales……..38
Figura 6. Tecnologías mecánicas……38
Figura 7. Energía de vapor……39
Figura 8. Tecnología eléctrica……39
Figura 9. Medios eléctricos……..40
Figura 10. “nuevos medios” digitales……40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Top 5 Redes Sociales más usadas……51
Tabla 2. Recordación publicitaria en Redes Sociales, 2012……52
Tabla 3. Histórico de usuarios de Internet en México……53
Tabla 4. Número de horas de uso de Internet por lugar (promedio semanal)……..…55
Tabla 5. Los usuarios de Internet cada vez cuentan con más artículos con los que pueden tener acceso a Internet……..…...57
Tabla 6. ¿Cómo interactúa la publicidad con las redes sociales? Relación entre los usuarios de redes sociales con la publicidad……..……60
Tabla 7. Actualmente ¿Qué tan importante es para usted?.....61
Tabla 8. Actualmente ¿Qué tan importante es para usted?.....60
Tabla 9. Telefonía móvil. Participación porcentual de suscripciones en las principales ciudades, 2012……...63
Tabla 10. Bifurcaciones del lenguaje……72
Tabla 11. Elementos de la World Wide Web e Internet……..……75
Tabla 12. Fortalezas y debilidades en el empleo propagandístico de las redes sociales……87
Tabla 13. Ilustración de los cuatro pasos aplicados al estudio de caso de la investigación……...……97
Tabla 14. Cuadro comparativo de cifras de redes sociales……..……117
Tabla 15. Cuadro de análisis cronológico del número de seguidores de EPN en Facebook y Twitter……..…138

INTRODUCCIÓN

Hablar sobre usos de redes sociales como Facebook y Twitter en el panorama político en México resulta un tema poco analizado a profundidad, dado que los primeros usos de dichas redes sociales datan de 2009 a la fecha, lo que hace necesario adentrarse más en el fenómeno, analizarlo y comprender cuáles han sido los principales alcances y las limitaciones desde entonces.

Citando un poco al periodista Tom Wolfe, la edad de las comunicaciones electrónicas inició a finales de 1840 con el primer sistema de telégrafo, seguido del teléfono en 1880, radio e imágenes en movimiento en 1920, la televisión en 1950 y el Internet en 1990, de tal manera que el teórico más importante hasta ahora que se ha encargado de estudiar cómo los nuevos medios han afectado a la conducta humana por más de un siglo es Marshall McLuhan, quien a partir de su publicación *Understanding Media* en 1964, se ha vuelto un referente obligado para conocer y comprender los efectos de los nuevos medios de comunicación en la vida del hombre, pues sus ideas siguen estando en el debate de una manera intensa, hoy con la presencia de Internet, como lo fue en la década de los años 60.

Y es que la premisa de McLuhan señala que no hay persona que no pueda utilizar los medios electrónicos y añade que los nuevos medios de comunicación han hecho dos tipos de hombre a nivel neurológico y temperamental, es decir; que los nuevos medios afectan directamente al sistema nervioso central humano y tiene la facultad de cambiar los patrones en el comportamiento del hombre y por ende, esto se ha vuelto parte de su naturaleza.

De ahí que la presente investigación tome como su principal base a la disciplina de la Ecología de los Medios, la cual, precisamente muestra las transformaciones

y afectaciones que producen los cambios tecnológicos en las culturas a través del tiempo como se explica más a detalle en el desarrollo de este texto.

Los propósitos de la investigación se centraron principalmente en conocer a profundidad sobre los alcances y limitaciones que representó el uso de redes sociales como Facebook y Twitter en la contienda presidencial de 2012 en México, tomando en cuenta estudios sobre usos y hábitos de Internet en México por parte de reconocidas firmas como IWS, WIP, AMIPCI, IAB, INEGI, Consulta Mitofsky y el IFT, tomando en cuenta los análisis de redes sociales relacionados a la elección presidencial de 2012, así como los casos de movimientos sociales en el mundo a partir del uso de redes sociales como La Primavera Árabe, Occupy Wall Street, Indignados de España, la campaña presidencial de Barack Obama en 2008 catalogado como un caso de éxito en uso de redes sociales y el movimiento #YoSoy132 en México que significó un parteaguas en la histórica político-electoral de nuestro país. Cabe resaltar que una valiosa aportación a esta investigación significó las entrevistas abiertas sostenidas con especialistas que conforman la Asociación de la Ecología de los Medios: Joshua Meyrowitz, Lance Strate, Mike Plugh, Niall Stephens, Susan Barnes, Robert K. Logan y Eric McLuhan, quienes han dedicado décadas de su vida al estudio de esta disciplina.

A partir de estos elementos y siguiendo la metodología del estudio de caso, se intentó tener un conocimiento más profundo del tema de investigación, que si bien no contribuye de manera científica, proporciona ideas y elementos significativos para el desarrollo de estrategias y la toma de decisiones en el campo del marketing político y ayuda al mejor entendimiento de la opinión pública, entendida como una extensión de la piel social.

Capítulo 1. LA ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS.

Hablar sobre *Ecología de los Medios* implica recuperar el pensamiento teórico de Herbert Marshall McLuhan (1911-1980), quien primordialmente se ocupó de enfocar su estudio en los efectos de los medios y las tecnologías, los cuales no son producidos al nivel de una opinión o concepto, sino que alteran sensaciones o percepciones sin encontrar resistencia alguna. (McLuhan, 2009)

La *Ecología de los Medios* ha logrado importantes contribuciones al campo de su estudio por parte de reconocidos teóricos[1] como Lance Strate (1999), Christine Nystrom (1973) y Neil Postman (1970), sólo por mencionar algunos. Todos ellos han recuperado la contribución teórica de McLuhan para extender el imaginario reflexivo de la *Ecología de los Medios*.

1.1 ¿Qué es la Ecología de los Medios?

El estudio de la *Ecología de los Medios* muestra las transformaciones y afectaciones que producen los cambios tecnológicos en las culturas a través del tiempo. Una de las más recientes valiosas aportaciones teóricas y conceptuales a los estudiosos de la "Escuela de Toronto" es hecha por Robert K. Logan, quien define a la *Ecología de los Medios* como:

> "Tradicionalmente, un sistema ecológico o ecosistema se refiere a un sistema biológico que consiste en un medio ambiente natural físico y los organismos vivos que habitan en ese entorno físico, así como las interacciones de todos los componentes del sistema. Un ecosistema de medios se define en analogía con un ecosistema biológico tradicional como un sistema formado por los seres humanos y los medios de comunicación y la tecnología a través de cual interactúan y se comunican entre sí. También incluye las lenguas con las que expresar y codificar la comunicación (...) Lengua y tecnologías de mediar y crear ambientes como los medios de comunicación. Medios y lenguajes son ambas técnicas y herramientas,

[1] Véase Media Ecology Association. Disponible en http://www.media-ecology.org/media_ecology/ Fecha de consulta: 27 de marzo de 2014

como cualquier otra forma de tecnología. Medios de comunicación y las tecnologías son lenguajes de expresión, que al igual que una información se comunican con lenguaje de su semántica y la sintaxis propia y única. Dadas estas coincidencias, podemos afirmar que el estudio ecológico de los medios de comunicación no se puede restringir a los medios de comunicación en sentido estricto sino que también debe incluir la tecnología y el lenguaje y las interacciones de estos tres ámbitos, conjuntas forman un ecosistema de medios". (Logan, citado por Islas, 2013:2)[2] [Traducción: Octavio Islas]

Otro importante teórico, Lance Strate (1999) define así la Ecología de los Medios:

"Es el estudio de los entornos de los medios de comunicación, la idea de que la tecnología y las técnicas, modos de información y códigos de comunicación juegan un papel de liderazgo en los asuntos humanos. La Ecología de los Medios es la Escuela de Toronto, y la Escuela de Nueva York. Es el determinismo tecnológico, duro y blando, y la evolución tecnológica. Es la lógica de los medios de comunicación, la teoría del medio, mediología. Es Estudios de McLuhan, estudios de la oralidad a la alfabetización, estudios culturales Estadounidenses. Es gramática y retórica, semiótica y teoría de sistemas, la historia y la filosofía de la tecnología. Es lo postindustrial y lo postmoderno, y la prealfabetización y prehistoria."[3]

---

[2] En el original: "Traditionally, an ecological system or ecosystem refers to a biological system consisting of an natural physical environment and the living organisms inhabiting that physical environment as well as the interactions of all the constituents of the system. A media ecosystem is defined in analogy with a traditional biological ecosystem as a system consisting of human beings and the media and technology through which they interact and communicate with each other. It also includes the languages with which they express and code their communication (…) Language and technologies mediate and create environments like media. Media and languages are both techniques and tools just like any other form of technology. Media and technologies are languages of expression, which like a language communicate information with their own unique semantics and syntax. Given these overlaps, we claim that the ecological study of media cannot be restricted to narrowly defined media of communication but must also include technology and language and the interactions of these three domains, with together form a media ecosystem". (Logan citado por Islas, 2013: 2)

[3] En el original: "It is the study of media environments, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs. Media ecology is the Toronto School, and the New York School. It is technological determinism, hard and soft, and technological evolution. It is media logic, medium theory, mediology. It is McLuhan Studies, orality-literacy studies, American cultural studies. It is grammar and rhetoric, semiotics and systems theory, the history and the philosophy of technology. It is the postindustrial and the postmodern, and the preliterate and prehistoric" (Strate, 2014, 27 de marzo). [Traducción a cargo de la autora].

Nystrom (1973) una de las pioneras en el campo de estudio de la Ecología de los Medios, refiere que los cambios de época son puntos clave en la aplicación del conocimiento. Ejemplo de ello fue el siglo XX que marcó una época de cambios sin precedentes, cuyos ritmos tuvieron efectos en el tejido social:

> "Para Kenneth Boulding, los cambios que han tenido lugar desde 1900, son de tal importancia enorme que marca el siglo 20 como el punto de inflexión en lo que él llama 'la segunda gran transición en la historia de la humanidad'- es decir, la transición de la 'civilización' a la ´pos-civilización'. De acuerdo a Boulding, el impulso para esa transición es proporcionado por un cambio radical en lo que él llama 'imagen' de la realidad del hombre. Thomas Kuhn se refiere al mismo tipo de cambio radical como una revolución en los paradigmas; Pierre Teilhard de Chardin lo llama un cambio en la noosfera; Ervin Laszlo, Ludwig von Bertalanffy, y otros lo llaman simplemente un cambio en la visión del mundo del hombre. A lo que cada uno se refiere es a un cambio de época en el estado, organización, y aplicación del conocimiento"[4]

Para Nystrom (1973), otro de los puntos clave respecto a los movimientos en la aplicación del conocimiento fue una integración mayor de las ciencias como la física y las ciencias sociales, las cuales dieron lugar a disciplinas "compuestas" como la bioquímica, psicobiología, antropología lingüística, matemática y psicolingüística, por mencionar algunas. Asimismo, surgieron nuevos campos de investigación catalogados como metadisciplinas o perspectivas – dada la amplitud de su alcance- en la que está reconocida la Ecología de los Medios, definida como el estudio de sistemas de comunicación complejos como los entornos. Sin embargo, la *Ecología de los Medios,* vista como perspectiva, metadisciplina, o incluso como un campo de investigación, aún no está del todo desarrollada:

[4] En el original: "For Kenneth Boulding, the changes which have taken place since 1900 are of such enormous significance that he marks the 20th century as the turning point in what he calls "the second great transition in the history of mankind"—that is, the transition from "civilization" to "post-civilization." According to Boulding, the impetus for that transition is provided by a radical shift in what he calls man's "image" of reality. Thomas Kuhn refers to the same kind of radical shift as a revolution in paradigms; Pierre Teilhard de Chardin calls it a change in the noösphere; Ervin Laszlo, Ludwig von Bertalanffy, and others call it simply a shift in man's world view. What each is referring to is an epochal change in the status, organization, and application of knowledge." (Nystrom, 2014, 27 de marzo). [Traducción a cargo de la autora].

> "Los Ecólogos de los Medios saben, en general, en lo que están interesados – en las interacciones de los medios de comunicación, la tecnología, la técnica y los sentimientos con los procesos humanos, el pensamiento, el valor y el comportamiento- y ellos saben, también, los tipos de preguntas respecto de esas interacciones que les preocupa preguntar. Pero los ecólogos de los medios todavía no tienen un marco coherente en el cual organizar su materia o sus preguntas. La Ecología de los Medios es, en definitiva, una ciencia preparadigmática."[5]

Si bien se ha entendido que el estudio de la Ecología de los Medios está enfocado en cómo afectan los medios la percepción humana, para Neil Postman (1970) la palabra "ecología" implica estudiar los ambientes; es decir, su estructura, contenido y el impacto en las personas, pues para él, el entorno representa un sistema de mensajes complejos que dicta formas de pensar, sentir y comportarse en los seres humanos:

> "Estructura lo que podemos ver y decir y, por lo tanto, hacer. Nos asigna funciones e insiste en nuestro juego con ellos. Especifica lo que estamos permitidos a hacer y lo que no. A veces, como en el caso de un tribunal, un salón de clases, u oficina de negocios, las especificaciones son explícitas y formales. En el caso de los entornos de los medios de comunicación (por ejemplo, libros, radio, cine, televisión, etc.), las especificaciones son más a menudo implícitas e informales, oculto a medias por nuestra suposición de que lo que estamos tratando no es un ambiente sino simplemente una máquina. La Ecología de los Medios trata de hacer estas especificaciones explícitas."[6]

Con base en todas estas definiciones ofrecidas por especialistas en el tema de la Ecología de los Medios, es importante destacar que ésta no representa una

---

[5] En el original: "Media ecologists know, generally, what it is they are interested in—the interactions of communications media, technology, technique, and processes with human feeling, thought, value, and behavior—and they know, too, the kinds of questions about those interactions they are concerned to ask. But media ecologists do not, as yet, have a coherent framework in which to organize their subject matter or their questions. Media ecology is, in short, a preparadigmatic science." (Nystrom,2014, 27 de marzo). [Traducción a cargo de la autora].

[6] En el original: "It structures what we can see and say and, therefore, do. It assigns roles to us and insists on our playing them. It specifies what we are permitted to do and what we are not. Sometimes, as in the case of a courtroom, or classroom, or business office, the specifications are explicit and formal. In the case of media environments (e.g., books, radio, film, television, etc.), the specifications are more often implicit and informal, half concealed by our assumption that what we are dealing with is not an environment but merely a machine. Media ecology tries to make these specifications explicit. " (Postman, 2014, 27 de marzo). [Traducción a cargo de la autora].

teoría, pues el mismo McLuhan rechazó esa idea. Se trata de una metadisciplina compleja: su objeto de estudio es el impacto de las tecnologías en el hombre y la sociedad a través de la historia. El término "Media Ecology" lo introdujo Neil Postman por primera vez en 1968, y a consideración de Lance Strate (2011), existen tres conceptos relacionados con la Ecología de los Medios: uno sería que es un campo de estudio, de investigación; el segundo, la considera un plan de estudios en el ámbito educativo; y el tercero, concebido como un enfoque, una manera de pensar o de entender las cosas. Strate señala que la Ecología de los Medios también puede ser llamada como una tradición intelectual de Norteamérica y si bien, la ecología en sí es el estudio de los entornos, la Ecología de los Medios se refiere al estudio de los entornos de los medios de comunicación.[7]

1.1.2 Principales autores y obras seminales.

En el sitio web de la *Media Ecology Association* [http://www.media-ecology.org], Lance Strate identificó una serie de 33 obras seminales, cuyos autores ofrecen una guía de lecturas básicas enfocadas en la tradición de la Ecología de los Medios.[8]

Sin duda, la obra más importante de McLuhan: *Understanding Media: The Extensions of Man*, publicada en 1964, anticipó el advenimiento de la Ecología de los Medios, cuyo término popularizó McLuhan al introducirse en campos de estudio relativamente nuevos y sondeando territorios desconocidos que más tarde servirían de inspiración para otros estudiosos. En 1962 –dos años antes de la publicación de la primera edición de *Understanding Media*, McLuhan publicó *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, su segundo libro, en el cual ofreció un contexto histórico y teórico sobre el cual basaría su tercer libro. Casi

[7] Véase entrevista concedida por Lance Strate al "International Journal of McLuhan Studies", noviembre 2011, Toronto. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=VmvhgRFHHOM&list=LLEqBxxEF8WLKSnB4NDnAvEw&feature=mh_lolz

[8] Veáse sitio web de la Media Ecology Association. "Media Ecology 101- An Introductory Reading List". Disponible en http://www.media-ecology.org/media_ecology/readinglist.html Fecha de consulta: 30 de abril de 2014.

una década después de la muerte de McLuhan, su hijo mayor, Eric –McLuhan tuvo seis hijos, dos hombres y cuatro mujeres-, publicó en 1988 el libro *Laws of Media: The New Science,* trabajo que realizó en conjunto con su padre, donde presentan la "tétrada", entendida como cuatro leyes que sirven para estructurar y analizar el impacto y significado de cualquier medio de comunicación o innovación.

Otras publicaciones y autores emblemáticos en la Ecología de los Medios, a continuación. En 1951, Harold Innis, economista y uno de los primeros teóricos de la comunicación, miembro de la primera generación de la Escuela de Toronto, con Marshall McLuhan, publicó el libro *The Bias of Communication*. Se trataba de una colección de ensayos y artículos que mostraba un estudio detallado de los medios de comunicación y las tecnologías. Un año antes, en 1950, Innis publicó el libro *Empire and Communications,* menos conocido que *The Bias of Communication,* centrando su estudio en el papel de los medios de comunicación y las tecnologías en la historia de la civilización occidental. En 1967, Walter Ong, estudioso de la literatura y la historia cultural, publicó el libro *The Presence of the Word: Some Prolegomena for Cultural and Religious History,* donde explora a detalle las características de la comunicación oral y, dada su formación jesuita, se adentra en implicaciones teológicas de la Ecología de los Medios. Otra obra importante de Walter Ong fue publicada en 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word,* donde destaca el abismo existente entre las sociedades que no tienen ninguna forma de escritura y las que son plenamente alfabetizadas. En 1985, Neil Postman, fundador del programa de la Ecología de los Medios en la Universidad de Nueva York (NYU), publicó el libro *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, su obra más conocida, en la que critica el papel de la televisión en la cultura americana contemporánea. Más tarde, en 1992, Postman publicó *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology,* obra en la que una vez más tomó una postura crítica sobre la evolución de los Estados Unidos sobre la tecnología y los sistemas tecnológicos. De manera previa, en 1969, Neil Postman y Charles Weingartner publicaron *Teaching as a Subversive Activity*, obra que se volvió popular porque en ella se defendía la reforma

educativa de los años sesenta y por divulgar la teoría de los medios de McLuhan. En 1934, Lewis Mumford, considerado por muchos como el fundador de la Ecología de los Medios, pese a tener poco que decir acerca de los medios de comunicación, publicó *Technics and Civilization,* un libro en el que presenta un panorama histórico de la evolución de la tecnología y sus interrelaciones con la cultura y la sociedad. Más adelante, en 1967, Mumford publicó *The Myth of the Machine, Vol. I: Technics and Human Development*. En 1970 Mumford publicó *Vol. II: The Pentagon of Power,* donde hace hincapié en la importancia de los símbolos y la cultura sobre las herramientas, desde las pirámides hasta la era espacial. En 1967, Jacques Ellul publicó *The Technological Society*, libro cuya primera edición en francés fue en 1954 *(La Technique, ou l'enjeu du siècle),* en el cual, en vez de considerar la tecnología como herramientas y máquinas concretas, centró su atención en la técnica como ideología, o simplemente la metafísica de nuestra época. En 1962, Ellul publicó *Propagandes*, trabajo adaptado al inglés en 1965 bajo el título *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, en el cual Ellul dio continuidad al argumento iniciado en *The Technological Society,* concretando el papel que juegan los medios y la comunicación en el establecimiento del reinado de la técnica. En 1979, Elizabeth L. Eisenstein publicó *The Printing Press as an Agent of Change: Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe, Vols. I and II.*, donde la autora proporciona evidencia histórica para apoyar la afirmación de que la era moderna fue posible gracias a los medios impresos. En 1963 Eric Havelock publicó *Preface to Plato,* obra en la cual comparó las epopeyas homéricas y la filosofía de Platón. Havelock es uno de los pioneros en estudiar el tránsito de la oralidad a la alfabetización. En 1973, el antropólogo Edmund Carpenter publicó *Oh, What a Blow That Phantom Gave Me!*, donde aporta un enfoque comparativo clave para el estudio de la comunicación y la percepción a través de culturas. En 1978 Jack Goody publicó *The Domestication of the Savage Mind,* donde añade una perspectiva británica sobre el estudio de la Ecología de los Medios. Su obra destaca principalmente por el énfasis en el impacto de la escritura en general, en comparación con los efectos específicos del alfabeto, lo que permite un enfoque más universal y menos occidental de la

Ecología de los Medios. En 1996, el arqueólogo Denise Schmandt–Besserat publicó *How Writing Came About,* donde analiza las conexiones entre el origen de la escritura y contabilidad en Mesopotamia, y el pensamiento lineal. En 2004, Robert K. Logan publicó *The Alphabet Effect: The Impact of the Phonetic Alphabet on the Development of Western Civilization"*, libro que comenzó como una colaboración con Marshall McLuhan, en el cual estudió el impacto de la escritura alfabética a través de varias culturas occidentales. En 1985 Joshua Meyrowitz publicó *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, en el cual introdujo el término "teoría del medio". En 1992, James W. Carey publicó *Communication as Culture: Essays on Media and Society.* En ese libro Carey favoreció un enfoque más particular hacia la investigación de la ciencia social. En 1968 Walter Benjamin publicó *Illuminations: Essays and Reflections*. Benjamin está típicamente más identificado con la escuela neo-marxista de Frankfurt, los estudios culturales Europeos, pero en definitiva es reconocido y respetado en la Ecología de los Medios. En 1987 Daniel J. Boorstin publicó *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America.* La obra originalmente fue editada en 1962 con el título *The Image, or What Happened to the American Dream*. Boorstin influyó a Postman en su crítica a la cultura americana contemporánea que se enfoca en la "Revolución Gráfica", conocida como cultura de la imagen. En 1977 Susan Sontag publicó *On Photography.* Sontag, literata crítica, se enfocó en los efectos de la cámara sobre la percepción y la cultura en esta colección de ensayos. En 1987 Gary Gumpert publi*có Talking Tombstones and Other Tales of the Media Age*. En esa obra exploró las ambigüedades de percepción en un mundo dominado por los medios electrónicos. En 1990 Camille Paglia publicó *Sexual Personae: Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*, ligando arte y ritual en el examen histórica de la cultura occidental. En 1973 Tony Schwartz publicó *The Responsive Chord*. Schwartz agregó a las ideas de McLuhan el punto de vista profesional, basado en su carrera en publicidad. En 1996 Regis Debray publicó *Media Manifiestos: On the Technological Transmission of Cultural Forms*. Debray fue un comunista revolucionario que combinó a McLuhan y Derrida para ofrecer su propia mediología -término alternativo en la Ecología de los Medios-. En 1995 David L.

Altheide publicó *An Ecology of Communication: Cultural Formats of Control*, basado más en un enfoque sociológico enraizado en el interaccionismo simbólico que en la Escuela de Toronto. Altheide es el último en la serie de autores independientes en la Ecología de los Medios, cuyos textos son considerados en la relación de obras seminales. En 1994, Jay David Bolter publicó *Turing's Man: Western Culture in the Computer Age,* bajo la influencia de los estudios tecnológicos realizados por Mumford. Este libro ofreció una revisión de las características de la computadora y su impacto cultural en las sociedades. En 1997 Paul Levinson publicó *The Soft Edge: A Natural History and Future of the Information Revolution*. En esta obra enfatizó la evolución de los medios y la tecnología en respuesta a las ecologías humanas. En 1973 Christine Nystrom publicó *Towards a Science of Media Ecology: The Formulation of Integrated Conceptual Paradigms for the Study of Human Communication Systems*, obra calificada como la primera gran revisión de la Ecología de los Medios como campo de estudio.

Como se puede observar, el legado de Marshall McLuhan no ha sido en vano. Efectivamente, como él pensó, su obra ha servido para que otros estudiosos dieran continuidad al campo de estudio de la Ecología de los Medios, ampliando su conceptualización, análisis y aplicación. En este sentido, la Ecología de los Medios va más allá de una simple explicación, pues trata de averiguar cuáles son los roles que los medios nos obligan a jugar, la manera cómo los medios estructuran lo que estamos viendo y por qué nos hacen sentir y actuar como lo hacemos, de ahí que la Ecología de los Medios sea el estudio de los medios de comunicación como entornos (Postman, 1970).

1.1.3 Edades mediáticas.

Marshall McLuhan, canadiense, profesor de literatura, quien en 1964 –hace cincuenta años- publicó su libro *"Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano"*, obra que, según el periodista y escritor estadounidense Tom Wolfe -padre del llamado "nuevo periodismo"-, le mereció ser reconocido como el pensador más importante desde los tiempos de Newton, Freud o Einstein.

McLuhan centró su atención en dos etapas tecnológicas que ha experimentado la humanidad: la edad mecánica y la edad eléctrica. La primera, entendida por McLuhan como las extensiones de nuestro cuerpo en el espacio; la segunda, como extensión del sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, eliminando tiempo y espacio. Cualquiera de estas extensiones genera profundas consecuencias psíquicas y sociales. En palabras de McLuhan ello significa:

> "En la edad mecánica, ahora en recesión, podían llevarse a cabo muchas acciones sin demasiada preocupación. El movimiento lento aseguraba que las reacciones iban a demorarse durante largos periodos de tiempo. Hoy en día, la acción y la reacción ocurren casi al mismo tiempo. De hecho, vivimos mítica e íntegramente, por decirlo así, pero seguimos pensando con los antiguos y fragmentados esquemas de espacio y tiempo propios de la edad preeléctrica." (McLuhan, 2009:28)

A diferencia, de la edad mecánica, la edad eléctrica representó cambios drásticos en la vida del ser humano, que lo llevaron de la especialización a la comprensión; de una fragmentación de sí mismo a una participación de las consecuencias de sus propios actos:

> "En la edad eléctrica, en la que nuestro sistema nervioso se ha extendido tecnológicamente hasta implicarnos con toda la humanidad e incorporarla toda en nuestro interior, participarnos necesaria y profundamente de las consecuencias de todos nuestros actos. (…) Tras tres mil años de explosión especialista y de creciente especialización y alienación en las extensiones tecnológicas del cuerpo, nuestro mundo, en un drástico cambio de sentido, se ha vuelto agente de comprensión. Eléctricamente contraído, el globo no es más que una aldea. La

> velocidad eléctrica con que se juntaron todas las funciones sociales y políticas en una implosión repentina ha elevado la conciencia humana de la responsabilidad en un grado intenso. Es este factor implosivo el que afecta a la condición del negro, del adolescente y de ciertos otros grupos. Ya no pueden ser *contenidos*, en el sentido político de asociación limitada. Ahora están implicados en nuestras vidas, y nosotros en la suya, gracias a los medios electrónicos." (McLuhan, 2009: 28-29)

En este contexto de repentinos cambios y transformaciones establecidas por ambas revoluciones –mecánica y eléctrica-, que dieron lugar a nuevas estructuras de pensamiento y sentimiento, McLuhan advirtió que puede ser un "choque" recordar que operativa y prácticamente "el *medium* es el mensaje"; lo que significa "que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva." (McLuhan, 2009: 31). Conviene tener muy presente la diferencia que McLuhan estableció entre *medium y media,* la cual resulta fundamental en la comprensión de su obra, y que desafortunadamente no fue objeto de la debida atención por las casas editoriales que tradujeron ese libro al castellano. *Medium* es cualquier extensión de nosotros, toda nueva tecnología. En cambio el término *media* remite a los medios de comunicación. El *medium* es el mensaje porque un nuevo *medium* habrá de introducirnos a una nueva ecología cultural. Decir que el *medium* es el mensaje, no significa centrarnos en el medio como tal, sino lo que se puede hacer con él:

> "Así, por ejemplo, con la automatización, es cierto que los nuevos esquemas de asociación humana tienen a eliminar puestos de trabajo. Ése es el resultado negativo. El lado positivo es que la automatización crea funciones para la gente o, lo que es lo mismo, una intensificación de su implicación en su trabajo y asociaciones humanas, que la precedente tecnología mecánica había destruido. Mucha gente estaría dispuesta a decir que el significado o mensaje no es la máquina sino lo que se hace con ella. Respecto a las maneras en que la máquina ha modificado las relaciones con los demás y con nosotros mismos, no importaba en absoluto que ésta produjera copos de maíz o Cadillacs." (McLuhan, 2009: 31)

Otro ejemplo muy ilustrativo y claro para comprender por qué el mensaje de cualquier medio o tecnología son los cambios que se introducen en los asuntos humanos, es el siguiente:

> "El ferrocarril no introdujo en la sociedad humana el movimiento ni el transporte, ni la rueda, ni las carreteras, sino que aceleró y amplió la escala de las anteriores funciones humanas, creando tipos de ciudades, trabajo y ocio totalmente nuevos. Ello ocurrió tanto si el ferrocarril circulaba en un entorno tropical o septentrional, y es un hecho totalmente independiente de la mercancía o contenido del medio ferroviario. Por otro lado, el avión, al acelerar la velocidad del transporte, tiende a disolver la forma ferroviaria de las ciudades, de la política y de las asociaciones, independientemente del uso a que se destine el avión." (McLuhan, 2009: 32)

A partir de este hecho característico de todos los medios es que McLuhan ha sostenido que "el 'contenido' de todo medio es otro medio" (:32); como ejemplo toma a la luz eléctrica como información pura, sin mensaje, a menos que ésta sea utilizada para la difusión de un acontecimiento específico, el cual no podría existir sin ella.

> "Esta circunstancia no hace sino recalcar el hecho de que el 'el medio es el mensaje' porque es el medio el que modela y controla la escala y forma de las asociaciones y trabajo humanos. Los contenidos o usos de estos medios son tan variados como incapaces de modelar las formas de asociación humana." (McLuhan, 2009:32)

McLuhan sostiene además que "cualquier tecnología suele añadirse a lo que ya éramos" (:35), de ahí la naturalidad de decir que "el medio es el mensaje"

> "Antes de la velocidad eléctrica y del campo total, no era obvio que el medio fuera el mensaje. El mensaje, según parecía, era el 'contenido', y la gente preguntaba de qué trataba un cuadro. Sin embargo, nadie preguntaba nunca de qué trataba una melodía, una casa o un vestido." (McLuchan, 2009: 37)

En este sentido, McLuhan también asegura que "el efecto de un medio sólo se fortalece e intensifica porque se le da otro medio que le sirva de 'contenido´. El contenido de una película es novela, obra de teatro u ópera" (:42). Es así que, tomando este ejemplo, se puede decir que con el paso del tiempo y el avance de

la tecnología, los medios juegan ese rol de ser contenidos de otros medios más actuales e innovadores; tal sería el caso de la televisión que está contenida en los canales de videos de Internet como Youtube, de ahí la intensidad de este medio para comunicar y provocar efectos significativos entre sus usuarios.

Con base en la definición de Logan, la Ecología de los Medios está considerada como una metadisciplina, dada la diversidad de formación profesional de los principales teóricos que siguen tal corriente de pensamiento, entre los que destacan: antropólogos, sociólogos, psicólogos, físicos, expertos en literatura, diseñadores gráficos, etcétera (Islas, 2013: 3)

Islas (2013) destaca que Robert Logan incorporó dos edades comunicativas (periodo preverbal y edad digital) a las ya propuestas por McLuhan (era Pretribal o Tribal, comprendida hasta la invención del alfabeto; la Galaxia de Gutenberg o Edad Mecánica, correspondiente a la palabra impresa y la tercera correspondiente a la etapa de la electricidad). Logan identificó un total de cinco edades comunicativas:

> "En primer lugar Bob Logan identificó un extenso periodo preverbal que antecedió al advenimiento de la era Preliteraria o tribal. Según Logan, hubo una comunicación en el género Homo antes de la comunicación con voz, la cual consistía en vocalizaciones preverbales (gruñidos, gritos, risas, gritos y gemidos), que además incluían las señales de las manos, los gestos faciales y lenguaje corporal." (Logan citado por Islas, 2013: 4)

En cuanto a la quinta edad comunicativa, Logan refiere: "La segunda era de la comunicación que deseo añadir surge al hacer una distinción o reconocimiento de la bifurcación entre los medios de comunicación de masas eléctricas y de comunicación digital interactiva, que hemos identificado como nuevos medios de comunicación"[9]. [Traducción de Octavio Islas] (Logan citado por Islas, 2013: 4)

[9] En el original: The second communication era I wish to add arises by making a distinction or recognizing the bifurcation between electric mass media and digital interactive communication, which we have identified as "new media"(Logan citado por Islas, 2013: 4)

Es cierto que Marshall McLuhan no vivió lo suficiente –murió el 31 de diciembre de 1980- para presenciar la revolución de las computadoras personales e Internet: "Él no distinguió explícitamente entre las diversas fases de edad de la información eléctrica, sin embargo, más bien tendía a tratar todas las formas eléctricas de información de manera uniforme."[10] [Traducción de Octavio Islas] (Logan citado por Islas, 2013: 4-5)

En el libro *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano,* McLuhan parece anticiparnos la era de Internet, un momento en que el mundo entró en implosión[11]:

> "Tras tres mil años de explosión, mediante tecnologías mecánicas y fragmentarias, el mundo occidental ha entrado en implosión. En las edades mecánicas extendimos nuestro cuerpo en el espacio. Hoy, tras más de un siglo de tecnología eléctrica, hemos extendido nuestro sistema nervioso central hasta abarcar todo el globo, aboliendo tiempo y espacio, al menos en cuanto a este planeta se refiere. Nos estamos acercando rápidamente a la fase final de las extensiones del hombre: la simulación tecnológica de la conciencia, por la cual los procesos creativos del conocimiento se extenderán, colectiva y corporativamente, al conjunto de la sociedad humana, de un modo muy parecido a como ya hemos extendido nuestros sentidos y nervios con los diversos medios de comunicación. (…) Cualquier extensión, sea de la piel, de la mano o del pie, afecta a todo el complejo psíquico y social." (McLuhan, 2009: 27).

McLuhan definitivamente intuía el advenimiento de Internet, como podremos comprobar a partir de las siguientes citas:

> "Después de haber extendido, o traducido, el sistema nervioso central en tecnología electromagnética, una fase posterior podría ser el verter también la

[10] En el original: He did not explicity distinguish between the various phases of electric information age; however, rather he tended to treat all electric forms of information uniformly. (Logan citado por Islas, 2013: 4-5).

[11] En el libro *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano,* McLuhan llama "implosión" a aquellas energías en contracción del mundo que chocan con antiguos patrones de organización identificados como expansionistas y tradicionales. Las energías en implosión implican proximidad o cercanía "De hecho, lo que genera nuestra preocupación por la población no es el aumento de las cantidades, sino el hecho de que todo el mundo ha de vivir en la más estrecha proximidad creada por nuestra implicación eléctrica y recíproca en la vida de los demás." (McLuhan, 2009: 61).

> conciencia en el mundo del ordenador. Entonces, por fin, podremos programar la conciencia de tal modo que no podrá ser entumecida ni distraída por las ilusiones narcisistas del mundo del espectáculo, que acosan al hombre cuando está extendido en sus propios artefactos." (:81).
>
> "Una de las facetas más importantes de la edad eléctrica es el establecimiento de una red global que asume muchas características del sistema nervioso central. Éste no es una simple red eléctrica, constituye un campo unificado de experiencia. Como han señalado los biólogos, el cerebro es un lugar de interacción en el que pueden intercambiarse y traducirse todo tipo de impresiones y experiencias, lo que nos permite reaccionar como un todo al mundo."(:353).

1.1.4 Medios calientes y medios fríos.

Con base en la termodinámica, McLuhan fundamentó un sistema de clasificación de los medios, distinguiéndoles entre fríos y calientes. Los dos factores a considerar son la definición del medio y el grado de participación de la audiencia. Los medios calientes son de alta definición y permiten una baja participación de los públicos, caso contrario ocurre con los medios fríos:

> "El medio caliente es aquel que extiende, en 'alta definición', un único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información. Una fotografía es, visualmente, de alta definición. La historieta es de "baja definición" simplemente porque aporta muy poca información visual. El teléfono es un medio frío, o de baja definición, porque el oído sólo recibe una pequeña cantidad de información. El habla es un medo frío de baja definición por lo poco que da y por lo mucho que debe completar el oyente. Un medio caliente, en cambio, no deja que su público lo complete tanto. Así, pues, los medios calientes son bajos en participación, y los fríos, altos en participación o compleción por parte del público. Es obvio que, para el usuario, un medio caliente como la radio tiene efectos diferentes de un medio frío como el teléfono." (McLuhan, 2009: 47).

En resumen, los medios calientes permiten una participación baja a sus públicos, a diferencia de los medios fríos. McLuhan explica: "la lectura deja menos lugar a la participación que un seminario, y un libro menos que un diálogo (…) los medios calientes excluyen y los fríos incluyen" (:48).

Ciertamente, todos estos modos de comunicar propician alteraciones en las formas de vida de hombres y mujeres, y las dota de una nueva intensidad, que a la vez conlleva fragmentación:

> "Hace un siglo, cuando las bailarinas empezaron a bailar de puntillas, se sintió que el arte del ballet había alcanzado una 'espiritualidad' nueva. Esta nueva intensidad excluyó del ballet a los varones. El papel de la mujer también resultó fragmentado con la llegada de la especialización industrial y la explosión de las tareas domésticas en lavanderías, panaderías y hospitales ubicados en la periferia de la comunidad. La intensidad, o alta definición, engendra especialización y fragmentación, en la vida y en los entretenimientos; ello explica por qué una experiencia intensa ha de ser 'olvidada', 'censurada' y reducida a un estado muy frío antes de poder ser 'aprendida' o asimilada." (McLuhan, 2009: 48).

Ambos atributos, la definición del medio y el grado de participación de la audiencia, serán determinantes al analizar la opiniión pública y los nuevos medios sociales.

1.1.5 Cinco cosas que debemos saber acerca del cambio tecnológico.

En 1998 Neil Postman (1931-2003), sociólogo estadounidense y discípulo de Marshall McLuhan, dictó la conferencia magistral "Cinco cosas que necesitamos saber sobre el cambio tecnológico", en un evento organizado por la arquidiócesis de Denver, Colorado. En esa conferencia Postman desarrolló cinco principios sobre la fenomenología de los cambios tecnológicos. La primera tesis de Postman se centraba en que "todo cambio tecnológico es un intercambio", es decir, que la tecnología da ciertas cosas, pero también quita otras. Postman designó esa tesis como "el pacto de Fausto":

> "La tecnología da y la tecnología quita. Esto significa que para toda ventaja que una nueva tecnología ofrece, siempre hay una desventaja correspondiente. La desventaja puede exceder en importancia a la ventaja, o la ventaja bien puede ser el mérito del precio" (Postman, 1998) [Traducción Octavio Islas).

Postman hizo referencia respecto a la existencia de un desbalance peligroso en la tecnología, pues mientras más maravillosa sea, mayores serán sus

consecuencias negativas; como ejemplo, recurrió al automóvil para señalar que pese a proporcionar ventajas a la vida humana, las consecuencias de su uso han provocado el envenenamiento del aire, la asfixia en las ciudades, deteriorando la belleza de la naturaleza.

La segunda idea establece que "las ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías nunca han sido distribuidas equitativamente entre la población". Lo anterior significa que las nuevas tecnologías benefician a algunos y dañan a otros:

> "En América, donde la televisión se ha afirmado con más profundidad que en cualquier otro lado, hay mucha gente que la encuentra como una bendición, no sólo aquéllos que han logrado gratificantes y altamente remuneradas carreras en la televisión como ejecutivos, técnicos, directores, narradores de noticias y animadores. Por otra parte, y a largo plazo, la televisión puede traer el fin de las carreras de profesores desde que la escuela fue invención de la imprenta y se debe mantener o caer en el asunto de la importancia que el mundo impreso tendrá en el futuro." (Postman, 1998) [Traducción Octavio Islas).

En cuanto a la tercera idea, Postman señaló que "toda la tecnología encierra una idea poderosa, muchas veces dos o tres ideas poderosas", las cuales pueden no estar a simple vista por ser de naturaleza abstracta. En este punto, Postman destacó que "toda tecnología tiene un prejuicio", de esta manera nos predispone a valorar y favorecer ciertas perspectivas:

> "En una cultura sin escritura, la memoria humana es la de más importancia (…) Pero en una cultura con escritura, tales proezas de la memoria son consideradas una pérdida de tiempo (…) La persona que escribe favorece a la organización lógica y el análisis sistemático (…) La persona 'telegráfica' valora la rapidez no la introspección. La persona de la televisión valora la inmediatez, no la historia. Y la gente de la computadora, ¿qué debemos decir de ellos? Tal vez podemos decir que la persona de la computadora valora la información, no el conocimiento, y ciertamente no la sabiduría." (Postman, 1998) [traducción Octavio Islas].

Postman destacó que toda nueva tecnología posee una expresión filosófica de cómo la tecnología hace que la gente use su mente, cómo codifica el mundo,

qué sentidos de la gente amplifica y cuáles tendencias emocionales e intelectuales de la gente estarán desatendidas.

Sobre la cuarta idea, Postman señaló que “el cambio tecnológico no es aditivo, es ecológico”. Ello significa que un nuevo medio no agrega algo, sino que cambia todo, como cuando se agrega una gota de tinta roja a un tubo de ensayo de agua clara, que resulta en una nueva coloración.

> “Después que la imprenta fue inventada, no tenían una Europa vieja más la imprenta. Tuvieron una Europa diferente. Después de la televisión, América no fue América más la televisión. La televisión dio una nueva coloración a la todas las campañas políticas, a todos los hogares, todos los colegios, todas las iglesias, todas las industrias, etc.” (Postman, 1998) [Traducción Octavio Islas].

Dado que un nuevo medio cambia todo, Postman advirtió sobre la cautela que debemos tener ante las innovaciones tecnológicas, ya que las consecuencias del cambio tecnológico pueden llegar a ser imprevisibles e irreversibles.

La quinta y última idea de Postman es “los medios de comunicación tienden a convertirse en míticos”, dicho de otra forma:

> “Uso esta palabra en el sentido en que fue pensada por el crítico literario francés, Roland Barthes. Él usó la palabra "mito" para referirse a la tendencia común de pensar en las creaciones tecnológicas como si fueran dadas por Dios, como si fueran una parte del orden natural de las cosas.” (Postman, 1998) [Traducción Octavio Islas].

En este punto, Postman destaca que es peligroso cuando una tecnología se convierte en mítica, pues no será sujeto fácil de modificación o control. Postman advirtió que el entusiasmo de la gente por la tecnología puede volverse idolatría y la creencia en el beneficio de ésta puede llegar a ser un falso absoluto, pues la tecnología no debe ser vista como parte del plan de Dios, sino como producto de la creatividad y soberbia humana: “su capacidad para el bien o el mal descansa enteramente en la conciencia humana de lo que ésta hace por nosotros y a nosotros. (…) Necesitamos proceder con nuestros ojos muy abiertos así muchos

de nosotros usaremos la tecnología en lugar de ser usados por ella." (Postman, 1998) [Traducción Octavio Islas].

Las referidas tesis de Postman permiten concluir que la Ecología de los Medios no merece ser desacreditada por un presunto "tecno optimismo", como afirman algunos detractores de McLuhan, quien también advirtió sobre los efectos narcotizantes de las tecnologías en el capítulo "El amante de juguete. Narciso como narcosis" –cuarto capítulo del libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano-.*

1.1.6 La tétrada de los McLuhan.

En 1988 Eric McLuhan publicó algunos trabajos inéditos de su padre que plasmaban sus pensamientos sobre el lenguaje, los medios de comunicación y la comunicación en la forma de un enfoque sistemático hacia los estudios de los medios, la tecnología y la cultura. Así los McLuhan quisieron dejar abierta la posibilidad para que los futuros estudiosos continuaran su trabajo en el estudio de los efectos de los medios, en las llamadas *"laws of media"* –"leyes de los medios"-, para encontrar una forma para que éstas fueran aplicadas o se convirtieran en compatibles con varias comunidades científicas y de investigación en la era de la información electrónica (Sandstrom, 2012).

Con las "leyes de los medios" o "los cuatro efectos" se busca contribuir al pensamiento y conocimiento de la ciencia y la tecnología; en este sentido, el Modelo de Medios de McLuhan puede ser aplicado para explorar los posibles efectos de todas las tecnologías a través de la historia.

Según Sandstrom (2012), Marshall McLuhan estuvo tan comprometido en el cuestionamiento e investigación de los efectos de la imprenta, la tecnología electrónica y diversas formas de "nuevos medios" por el hecho de que influyen en nuestras vidas. Fueron casi 20 años – desde principios de 1950 hasta finales de 1970- en los que McLuhan trabajó en la Universidad de Toronto junto a otros

estudiosos como Eric Havelock, Northrop Frye, Edmund Carpenter, Walter J. Ong, y brevemente con Harold Innis, para deliberar de manera profunda en la comprensión de la historia del lenguaje y del habla, como la oralidad frente a la alfabetización y su impacto en la ciencia, la tecnología y la cultura. McLuhan creía entonces que el mensaje esencial de los medios de comunicación se encuentra cuando nos damos cuenta de que los medios son extensiones de nosotros mismos, y que al aprender de ellos también aprendemos de nosotros mismos, tal y como lo sostiene en su libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano.*

Dado que McLuhan utilizaba los términos *media y medium* para designar medios y tecnologías, la tétrada se instala en la perspectiva de todos los descubrimientos o invenciones humanas, *media o mediums,* susceptibles de ser analizados a través de la tétrada. (Sandstrom, 2012):

> "Encontramos que todo (tipo de) hombre hace, cada procedimiento, cada estilo, cada artefacto, cada poema, canción, pintura, truco, aparato, teoría, tecnología – todo producto del esfuerzo humano- manifiestan las mismas cuatro dimensiones" (Eric y Marshall McLuhan citados por Sandstrom, 2012: 2).[12]

Sandstrom (2012) señala que McLuhan prescribió sus llamados "Cuatro efectos" (leyes de los medios), como un método complementario de las "Cuatro causas" de Aristóteles: material, eficiente, formal y final. McLuhan nombró de la siguiente manera a los cuatro efectos identificados: recuperación, inversión, obsolescencia y amplificación o de mejora. Todos deben aplicarse de manera simultánea, y no de forma lineal o secuencial, ya que permiten revelar características presentes o futuras de los medios de comunicación, la cultura y la tecnología. Las implicaciones de estos cuatro efectos en la ciencia, la filosofía y la vida tienen como propósito generar un choque en nosotros y abrir nuevas puertas para el descubrimiento en el futuro:

[12] En el original: "The combination of the four causes and the four effects is the most comprehensive and capable framework that has been developed so far whereby to evaluate the impacts and implications of new technologies." (Sandstrom, 2014. 30 de abril) [Traducción a cargo de la autora]

> "El alcance potencial de percepción de este método simultáneo de los efectos solo puede abrir conexiones comunicativas frescas, que despiertan razones para el entusiasmo y la exploración de nuevas áreas científicas y humanitarias" (Sanstrom, 2012: 2-3).[13]

Para definir los "cuatro efectos", también llamadas "cuatro leyes de los medios", McLuhan planteó las siguientes preguntas sobre los medios de comunicación:[14]

A. ¿Qué recurrencia o recuperación de las acciones y los servicios anteriores se pone en juego al mismo tiempo por la nueva forma? ¿Qué de lo previamente obsoleto se trae de nuevo y es inherente a la nueva forma?
B. Cuando se empuja a los límites de su potencial, la nueva forma tenderá a revertirse a sus características originales. ¿Cuál es el retroceso potencial de la nueva forma?
C. Si algún aspecto de la situación se amplía o mejora ¿Qué se deja a un lado o se vuelve obsoleto para el nuevo órgano'?
D. ¿Qué se hace posible realzar o intensificar, hacer posible o acelerar?

En resumen, estas cuatro preguntas se refieren a: ¿Qué extienden los medios o las tecnologías?, ¿Qué recuperan?, ¿Qué revierten? y ¿Qué vuelven obsoleto? Sandstrom (2012) destaca que estas cuatro categorías son aplicables a cualquier forma y contenido de los medios de comunicación, así como a las teorías o artefactos humanos. Se trata de hacer una invitación a probar este modelo de McLuhan y ver qué efectos se pueden descubrir en el surgimiento de nuevos (o antiguos) medios.

---

[13] En el original: "The potential perceptual reach of this simultaneous method of effects alone may open up fresh communicative connections, which arouse reasons for excitement and exploration in new scientific and humanitarian areas." (Sandstrom, 2014. 30 de abril) [Traducción a cargo de la autora].

[14] Gregory Sandstrom enlista la serie de preguntas que Marshall McLuhan propuso en sus llamadas "Cuatro leyes", conocidos también como "Cuatro efectos". Disponible en: http://social-epistemology.com/2012/11/11/gregory-sandstrom-laws-of-media-the-four-effects-a-mcluhan-contribution-to-social-epistemology/ Fecha de consulta: 30 de abril de 2014.

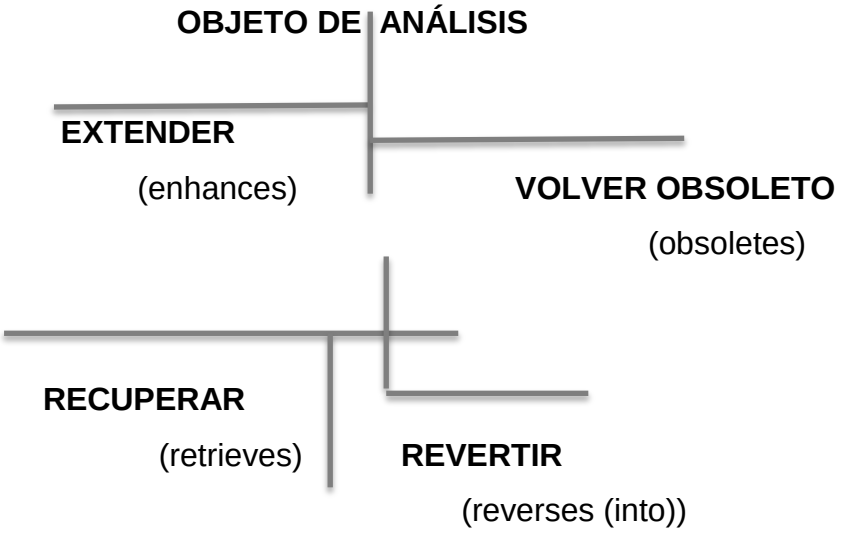
Además las cuatro preguntas también representan un marco metodológico de gran ayuda a la reflexión y contribución académica:

> "El Método de McLuhan sugiere que el lector debe preguntarse asimismo: ¿Qué recupera el nuevo artefacto o teoría? ¿Qué revierte? ¿Qué lo hace obsoleto? ¿Y qué cosas lo hacen mejorar o ampliarlo? Un marco metodológico general de este tipo de investigación sobre la investigación científica y la experimentación podría ayudar a los científicos y académicos para reflexionar más sobre el mensaje o sus teorías y avances tecnológicos. Al aclarar esto, el público en general pueda entender mejor la relevancia y la posible importancia de la ciencia y la tecnología y cuándo posiblemente deberíamos dejar de desarrollar ciertas teorías o tecnologías que amenacen nuestra seguridad y la seguridad a escala global." (Sandstrom, 2012: 4).[15]

La representación gráfica de las preguntas contenidas en las "Cuatro leyes" es conocida como la tétrada mcluhiana, que representa cuatro procesos más o menos simultáneos:

[15] En el original: "McLuhan's method suggests that the reader should ask them-self the questions: what does the new artefact or theory retrieve? What does it reverse into? What does it obsolesce? And what things does it enhance or amplify? Such a general methodological framework for inquiry into scientific research and experimentation could help scientists and scholars to reflect further upon the message(s) of their theories and technological achievements. By clarifying this, the general public may better understand the relevance and possible importance of science and technology and when we should potentially stop developing certain theories or technologies if they threaten our safety and security on a global scale." (Sandstrom, 2014. 30 de abril) [Traducción a cargo de la autora]

Figura 1. Tétrada de McLuhan.



Fuente: Federman y De Kerckhove, citados por Islas, 2013, pág. 7.

Bob Logan (2010), discípulo de Marshall McLuhan y destacado miembro de la segunda generación de la llamada "Escuela de Toronto", en su libro *Understanding New Media,* recuperó la llamada Tétrada de McLuhan para emprender el análisis de los "nuevos medios": [16]

- cada herramienta o medio **mejora** alguna función humana.
- **hace obsoleto** alguna otra herramienta o medio.
- **recupera** algo del pasado y empuja lo suficiente.
- **invierte o voltea** en una forma complementaria.

Como ya se mencionó, estas cuatro categorías sirven para aplicarse a cualquier forma o contenido de los medios de comunicación y/o tecnologías.

[16] En su libro *Understanding New Media*, Bob Logan, describe a los "nuevos medios" ("new media") como a aquellos medios digitales interactivos que tienen una comunicación de dos vías y que implican alguna forma de computación, a diferencia de los "viejos medios" o más antiguos: teléfono, radio y televisión. Para Logan, los "nuevos medios" surgieron mediante la combinación de un medio de más antigüedad con chips de computadora y un disco duro.

FIGURA 2. Aplicación de las "leyes de los medios" a la obra de McLuhan "Understandig Media".

MEJORA Nuestra comprensión de los medios de comunicación.	**OBSOLETO** El estudio de los medios como una forma de análisis de contenido
REVIERTE En Ecología de los Medios y el estudio de la nueva generación de medios de comunicación, después de la electricidad, es decir, los "nuevos medios" que son interactivos y digitales.	**RECUPERA** La retórica y la gramática (la gramática de los medios de comunicación).

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pag. 39

A continuación, una serie de ejemplos sobre el empleo de la tétrada en el desarrollo de algunos medios de comunicación, como el teléfono móvil e Internet (figura 3 y 4), así como la ejemplificación de una cadena evolutiva de la tecnología y los medios de comunicación formulada por Logan, a partir de "las leyes de los medios" (figuras 5 a 10).

Figura 3. Teléfono móvil.

MEJORA	OBSOLETO
Comunicación interpersonal Accesibilidad Tiempo de respuesta	Cabinas telefónicas La privacidad y el anonimato El aislamiento en el hogar
REVIERTE	**RECUPERA**
Cartas “El remitente se envía”	Espacio acústico Cultura tribal Cámaras

Fuente: “Laws of media: Mobile Phone”, Marshall McLuhan, from *Laws of Media*, citado por Sandstrom, 2012, pág. 5. Disponible en: http://socialepistemologydotcom.files.wordpress.com/2012/11/sandstrom_mcluhan.pdf

Figura 4. Internet.

MEJORA	OBSOLETO
Descentralización	Viajes
Búsquedas asociativas	Distancia
Velocidad de acceso	Fronteras nacionales
Comunicaciones electrónicas	Interaccion cara a cara
Acceso a la información	Propaganda de una sola fuente
Auto-publicación	Censura centralizada
Convergencia de medios	Monopolios de impresión
Creación de redes	Puntos de venta
Inmediatez	
Comunidad virtual	
e-comercio	

REVIERTE	RECUPERA
Obsesión con los datos	Escritura y correspondencia
Aislamiento	Tribus y pueblos
Pérdida del afecto (sentimiento)	Anarquía
Sobrecarga de información	Caos
Pérdida de tiempo privado	Cita
Transtornos nerviosos	Representación direct
	Activismo local

Fuente: "Laws of Media: The Internet", Marshall Soules, "McLuhan Light and Dark". Disponible en: http://www.media-studies.ca/articles/mcluhan.htm

Figura 5. Herramientas manuales.

MEJORA La fuerza muscular y extendió el cuerpo humano	**OBSOLETO** Homínidos no humanos
REVIERTE Tecnologías mecánicas	**RECUPERA** Homo habilis (hombre hábil)

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 39

Figura 6. Tecnologías mecánicas.

MEJORA Animales, agua y la energía eólica para su uso en la agricultura y manufactura de la producción en masa.	**OBSOLETO** Herramientas artesanales y manuales
REVIERTE En la máquina de vapor y las herramientas de vapor.	**RECUPERA** El cuerno de la abundancia

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 39

Figura 7. Energía de Vapor.

MEJORA Manufactura y transporte	**OBSOLETO** La rueda de agua, el molino de viento y la energía animal
REVIERTE En energía eléctrica	**RECUPERA** El trabajo esclavo

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 39.

Figura 8. Tecnología eléctrica.

MEJORA La máquina	**OBSOLETO** La energía de vapor
REVIERTE En los medios de comunicación eléctricos	**RECUPERA** El sirviente (en términos de aparatos domésticos tales como la lavadora y la aspiradora)

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 40

Figura 9. Medios eléctricos.

MEJORA Comunicación de masas	**OBSOLETO** La imprenta
REVIERTE En “nuevos medios” digitales interactivos	**RECUPERA** Cultural oral

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 40

Figura 10. “nuevos medios” digitales.

MEJORA La interactividad, el acceso a la información y la comunicación de dos vías	**OBSOLETO** Los medios de comunicación
REVIERTE En hiperrealidad	**RECUPERA** Comunidad

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan, 2010, pág. 40.

1. 2 Redes sociales.

1.2.1 Definición y origen de redes sociales.

En este apartado presentamos información relativa a la penetración de Internet y las redes sociales en el mundo, y particularmente en México, en 2012. Si bien disponemos de información actualizada, el propósito de presentar datos de 2012 parte de la necesidad de ubicar al lector en el contexto específico de nuestro estudio.

En la actualidad es indispensable reconocer el impacto de las redes sociales digitales en la vida cotidiana de la mayoría de las personas, instalándose como obligado referente en las relaciones familiares, laborales, políticas y sociales: “es tan importante la influencia de Internet, que hoy agregamos ‘2.0’ a cualquier concepto que busquemos contextualizar dentro de la colaboración masiva o la inteligencia colectiva” (Paz, 2009:17).

Las redes sociales tuvieron su origen en los años noventa con el surgimiento de chats como AOL Instant Messenger (AIM), y el ICQ (I seek you) que permitía el envío de mensajes bidireccionales entre dos o más usuarios (Paz, 2009). Lo cierto es que hasta el día de hoy las redes sociales también han evolucionado en sus formas y usos, enfocándose en sus inicios en contenidos con una carga fuerte de ocio, pasando por la construcción de redes de negocios como la plataforma LinkedIn, generando movimientos sociales como la Primavera Árabe o Los Ocupas, hasta convertirse en columna vertebral de la campaña presidencial de Barack Obama en 2008, en Estados Unidos.

Para Carmen Gómez Mont (2012), una red implica múltiples factores como: tema, tiempo de vida, objetivo, número e interconexión de sus nodos, inscritos, participantes, seguidores y alcances; en este sentido, destaca que una red posee la capacidad no sólo de llevar información, sino de crear conocimiento entre quienes la conforman. Las redes sociales son fuertes porque logran hacer circular

información entre los grupos, además de que dichas redes son impulsadas mundialmente, dadas las necesidades de establecer lazos de comunicación a nivel local, nacional e internacional logrando la conformación de un nuevo espacio público virtual.

> (…) el papel que desempeñan las redes en la formación de ciudadanos más conscientes y más politizados, dispuestos a informar e impulsar el crecimiento político de sus sociedades. Igual de importante es reconocer el factor mediático de las redes y la constitución de un nuevo espacio público. (Gómez Mont, 2012: 7).

México ocupa el quinto puesto en el mundo en el uso de redes sociales, como Facebook,[17] con 47 millones de usuarios, casi la mitad del total de la población total estimada en 112,336,538 por el INEGI en 2010. Las redes sociales se han introducido en la gran mayoría de nuestras actividades, tanto las públicas como las privadas:

> "De manera que web 2.0 es también empresa 2.0, política 2.0 o Gobierno 2.0. Y las redes son espacio de encuentro, de negocio y de debate (…) marcan un nuevo entorno y un nuevo soporte comunicativo con los ciudadanos y las organizaciones en un modelo de comunicación multidireccional (todos con todos), pero con el compromiso de interactuar, es decir, de ser un usuario proactivo en las comunidades virtuales en las que uno decida libremente estar" (Túñez, 2011:2)

En la "sociedad en red", Internet 2.0 juega un papel crucial (Paz, 2009:17). Castells (2012) señala que una red es un conjunto de nodos interconectados, pero referente a la vida social, las redes son entendidas como estructuras comunicativas que permiten un flujo de mensajes establecido por diversos comunicadores en el tiempo y el espacio:

> "Una red está definida por el programa que asigna los objetivos y las reglas de funcionamiento de la propia red. El programa está compuesto por códigos que incluyen una valoración del funcionamiento y unos criterios para determinar el éxito o el fracaso. En las redes sociales y organizativas los actores sociales,

[17] Véase nota: "México Ocupa el 5° puesto en el mundo en uso de Facebook", en donde Jorge Ruiz Escamilla, director de Facebook en México, señaló que en 2013 el país contaba con 47 millones de mexicanos visitando la red social mensualmente, mientras que 28 millones de ellos iniciaban sesión diario para conectarse con más amigos. Disponible en: http://tecno.americaeconomia.com/noticias/mexico-ocupa-el-5-puesto-en-el-mundo-en-uso-de-facebook Consultado: 29 de noviembre de 2014.

> promoviendo sus valores e intereses e interactuando con otros actores sociales, están en el origen de la creación y programación de las redes" (Castells, 2012: 45)

Y es así como los individuos y organizaciones llegan a establecer distintos tipos de relaciones (familiares, de amistad, negocios etc.) a través de establecer esa conexión en Internet que les permite estructurar y conformar una red social.

Y es precisamente el impacto que ha tenido el uso de la tecnología en la vida cotidiana de los seres humanos, que autores como Paz (2009) se han atrevido a decir que hoy en día "el concepto de las redes sociales supera por muchas las definiciones típicas de la sociología" (Paz, 2009:26). Este mismo autor, quien fue director general de INFOTEC-México, señala que las redes sociales permiten:

- Configurar un perfil propio con información personal (nombre, edad, foto, grupo étnico, sexo, intereses, etc.) para hacerlo público, semipúblico (está disponible sólo una parte del perfil) o privado.
- Administrar la relación con los contactos (amigos, familiares o grupos de interés).
- Compartir contenidos (fotos, videos, textos, archivos, presentaciones, páginas web clasificadas), con lo cual se van formando grupos de interés.
- Usar herramientas para la consulta sobre temas específicos (preguntas, opiniones, cuestionarios).
- Usar herramientas para convertir a los contactos de otros en contactos propios.
- Usar herramientas para crear contenidos y reenviarlos a todos los contactos.

Las redes sociales han transformado la vida de los individuos, particularmente los jóvenes, quienes son más proclives a utilizar las redes sociales y estar familiarizados con Internet. No pocos autores especulan en torno a la gestación de un nuevo orden mundial en la información, en el cual las redes sociales virtuales observan un rol protagónico.

1.2.2 Principales estadísticas de Internet y redes sociales en México.

Este apartado tiene como propósito presentar los principales datos estadísticos sobre Internet y redes sociales a nivel global y, por supuesto. México. Para ello serán tomados en cuenta diversos estudios correspondientes a usos y hábitos de los internautas mexicanos, mismos que han sido realizados por organizaciones especializadas en este tema.

1.2.2.1 Las cifras de la Internet World Stats.

De acuerdo con información de la Internet World Stats (IWS) (http://www.Internetworldstats.com/stats.htm, consultado el 3 de enero de 2014), a sólo una semana de la elección presidencial -30 de junio de 2012-, fueron estimados 7,017,846,922 habitantes en el mundo, de los cuales 2,405,518,376 usaban Internet. La penetración mundial de Internet –la cual se determina a partir de considerar el porcentaje de usuarios de Internet con respecto del total de habitantes en el planeta-, fue establecido por la IWS en 34.3%; es decir, que de cada 100 habitantes en el mundo, 34 eran usuarios de Internet.

En cuanto a la distribución de usuarios de Internet por regiones, la IWS reportó que el mayor número de usuarios de Internet se encontraba en Asia (1,076,681,059), cifra que representa 44.8% de usuarios respecto al porcentaje total mundial; en segundo lugar Europa (518,512,109), que representan 21.5% del total de usuarios de Internet en el mundo; Norteamérica (273,785,413) que representan 11.4%; Latinoamérica y el Caribe (254,915,745) que representan 10.4%; África (167,335,676) que representan 7.0%; Medio Oriente (90,000,455) que representan 3.7%; y Oceanía/Australia (24,287,919) que representan 1.0%.

Respecto a la penetración de Internet por regiones, el 30 de junio de 2012 la IWS presentó los siguientes datos: Norteamérica tenía el porcentaje más alto de usuarios de Internet (78.6%); es decir, que de cada 100 habitantes, 79 eran usuarios de Internet. En segundo lugar Oceanía/Australia (67.6%); Europa (63.2%); Latinoamérica y el Caribe (42.9%); Medio Oriente (40.2%); Asia (27.5%); África (15.6%).

En la mayor parte de la literatura especializada en estadísticas sociodemográficas de Internet, la penetración de las redes sociales suele ser determinada a partir de la penetración de Facebook. El 31 de marzo de 2012, la IWS estimó 835, 525, 280 usuarios de Facebook en el mundo.[18] La penetración absoluta de Facebook en el mundo aumentó de 9.6% a 12.1% entre 2011 y 2012; es decir, que mientras en marzo de 2011 habían 10 usuarios de Facebook por cada 100 habitantes en el mundo. En marzo del siguiente año, 12 de cada 100 habitantes en el mundo eran usuarios de Facebook.[19]

En cuanto al número de usuarios de Facebook por región (septiembre de 2012), la IWS reportó –en millones de suscriptores- 243.2 en Europa, 236.0 en Asia, 184.2 en Norteamérica, 134.6 en Sudamérica, 48.3 en África, 47.0 en América Central/México, 22.8 en Medio Oriente, 14.6 en Oceanía/Australia y el Caribe con 6.7.

Con respecto a los porcentajes sobre la penetración absoluta de Facebook por regiones, según datos de la IWS correspondientes al 31 de marzo de 2012,

[18] Sin embargo, esta cifra ascendió el 30 de septiembre del mismo año a 937,407,180 usuarios de acuerdo a estimaciones de la IWS. Lo anterior revela que esta red social pudo ganar más de 100 millones de nuevos usuarios en un periodo de seis meses. Tomando dicha cifra y haciendo una estimación lógica, se podría decir que al año, la red social Facebook logra alrededor de 200 millones de nuevas suscripciones, esto toma mayor sentido si se toma el comparativo realizado por la IWS, cuyos números reportaron el 31 de marzo de 2011 un total de 664, 032, 460 usuarios de Facebook en el mundo; exactamente un año después, la cifra total de usuarios se elevó en 835, 525,280 usuarios a nivel mundial.

[19] La penetración absoluta se establece al considerar el número de usuarios de Facebook con respecto del total de habitantes en el planeta. La penetración relativa se determina al considerar el número de usuarios de Facebook con respecto del total de usuarios de Internet en el mundo.

Norteamérica se ubica en la primera posición con 49.9%, lo que significa que de cada 100 habitantes de esa región, 50 eran usuarios de Facebook, es decir, la mitad de la población. Oceanía/Australia con 38.4%, Europa con 28.5%, Sudamérica con 28.1%, América Central y México con 26.5%, el Caribe con 15.3%, Medio Oriente con 9.4%, Asia con 5.0% y finalmente África con 3.9%.

1.2.2.2 Principales estadísticas sobre Internet y redes sociales en México.

En el caso de México, además de la información que reporta la IWS, tres estudios ofrecen información estadística sobre la penetración de Internet: el "Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2012", realizado por la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI); la "Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2012", del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); el "Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas," que realizó el World Internet Project Capítulo México, quienes desde 2009 se han dedicado a investigar la penetración de Internet en México.

Además recuperaré los datos que ofrece la IWS respecto a la penetración de Internet en México; así como los resultados que arrojó la encuesta realizada por Consulta Mitofsky del 7 al 10 de diciembre de 2012: "¿Qué tan importante en nuestra vida es el celular y el Internet?" y estadísticas de telefonía móvil en 2012 del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

1.2.2.3 Cifras de la IWS sobre la penetración de Internet en México.

De acuerdo con la IWS, en junio de 2012 fueron estimados 42,000,000 de usuarios de Internet en México. La penetración de Internet en México fue establecida por la IWS en 36.5%, cifra mayor respecto al porcentaje mundial, que fue 34.3%, pero inferior al compararse al porcentaje asignado a la región de las Américas (Norteamérica, Sudamérica, América Central y El Caribe): 56.1%. En

cuanto a Facebook fueron reportados 38,463,860 usuarios –septiembre de 2012- y la penetración absoluta fue estimada en 33.5%.

1.2.2.4 Cifras sobre Internet dadas por el INEGI, 2012.

A partir de 2001 INEGI levanta regularmente la *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de Información en los Hogares* (ENDUTIH), con el propósito de conocer cómo las tecnologías son utilizadas por las personas y la situación que observa la penetración de las mismas. En la edición correspondiente a 2012: (http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf),[20] INEGI estimó 40 millones de usuarios de Internet en el país. Los hogares que contaban con Internet o computadora, o televisión de paga eran una minoría; sin embargo, en uno de cada tres hogares tenían TV de paga (32.2%), o computadoras (32.2%), mientras que sólo uno de cada cuatro contaba con acceso a Internet (26.0%).

En cuanto a los usuarios de tecnologías de la información (TIC), el estudio comprendió a personas de seis años de edad o mayores. Cuatro de cada diez afirmaron ser usuarios tanto de computadora como de Internet. El uso de las TIC comprendía principalmente a la población joven del país. Casi la mitad de usuarios de computadora (43.5%) se ubicaba entre los 12 y 24 años de edad; la población comprendida entre los seis y once años representaban una proporción significativa equivalente al 14% del total que usan computadora con una participación de 12% en el uso de Internet. El estudio destaca que este grupo de edad presenta una mayor diferencia entre el uso de una y otra tecnología. A partir de los 45 años, sólo uno de cada diez declaró ser usuario de las TIC. En cuanto a la variable género no fueron identificadas diferencias significativas en el uso de tecnologías, pues la mitad son mujeres y la otra mitad son hombres.

[20] Nota: En el levantamiento correspondiente a 2012, el INEGI aclara que “debido a limitaciones presupuestales, el ejercicio de ese año no pudo aplicarse en una muestra representativa a nivel estatal, como había ocurrido en los dos ejercicios anteriores.”

Respecto a los lugares de uso, el principal punto de acceso a Internet fueron los hogares. En más de la mitad de los casos el uso de computadora (55.7%) e Internet (52%) ocurre en el hogar, seguido de sitios públicos y el lugar de trabajo. Los resultados del estudio de 2012 reflejaron que los usuarios recurren a Internet de manera más frecuente para comunicarse u obtener información (59.7%), la siguiente mención fue para el uso con fines de apoyo a actividades escolares (31.1%), y 28.8% para entretenimiento como obtener películas, juegos, descarga de música, videos, software, etc.

Otra de las variables que fueron analizadas en ese estudio es la frecuencia con que los usuarios hacen uso de Internet. Los resultados mostraron que 39 por ciento de los individuos usaron todos los días Internet, y 51% lo hizo semanalmente. Un dato interesante que reveló el estudio, es que el nivel de escolaridad se encuentra directamente relacionado con el uso de Internet, pues nueve de cada diez personas con nivel de escolaridad de licenciatura o posgrado utilizan Internet, mientras que aquellos que cuentan con nivel de estudios medio superior, la proporción es de seis de cada diez.[21]

---

[21] En noviembre de 2013 el INEGI dio a conocer las cifras más recientes que arrojó *"La Encuesta en Hogares sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información"* la cual se aplicó en abril del mismo año (http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/boletines/boletin/Comunicados/Especiales/2013/Noviembre/comunica46.pdf). Cabe señalar que las cifras de la encuesta estuvieron conciliadas conforme a las proyecciones demográficas del Consejo Nacional de Población (CONAPO) de abril de 2013. Los resultados revelaron la existencia de 49.4 millones de usuarios de una computadora y 46 millones de usuarios de Internet en el país, un incremento significativo respecto a 2012 que representó un aumento del 12.5%. De los usuarios de Internet, 50% está representado por mujeres y 50% por hombres, el grupo poblacional de 12 a 34 años resultó el que más utilizaba Internet con una participación del 62.6%. En cuanto a los principales lugares de acceso, el hogar continuó ocupando el primer lugar con el 58.9% de las menciones, seguido del sitio público con un 33% y el trabajo con un 22.7%. Al considerar los principales usos de Internet, es interesante notar que las actividades relacionadas con el entretenimiento no sólo aumentaron de manera considerable respecto a los resultados de 2012, sino que desplazaron a los usos que los usuarios daban a Internet para las actividades escolares; de esta manera continuó predominando el empleo de Internet para información de carácter general (64.3%), seguido de aquellos que utilizaron Internet para realizar actividades de comunicación mensajería o enviar y recibir correos electrónicos (42.1%), los usos para actividades de entretenimiento (36.2%) porcentaje mayor al de 2012 -28.8%- y finalmente quienes emplearon Internet para las actividades escolares (35.1%) y acceder a las redes sociales (34.5%).

1.2.2.5 Cifras de hábitos de usuarios de Internet y redes sociales por AMIPCI.

En 2012, la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI) presentó el estudio *Hábitos de los usuarios de Internet en México*[22] (http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos), profundizando en el tema de redes sociales. El referido estudio emplea las siguientes fuentes de información: Consejo Nacional de Población (CONAPO), Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL), Departamento de investigación On-line de la firma Elogia.

El estudio señala que en 2011 el número de usuarios de Internet ascendió a 40.6 millones, lo que representó un incremento de 14% con respecto a 2010. El trabajo se posicionó como un importante lugar de conexión a Internet, pasando del tercer lugar en 2010 al segundo en 2011. Los dispositivos con mayor uso para conectarse a Internet fueron la computadora de escritorio (64%) y la computadora portátil (61%), aunque el uso de teléfonos inteligentes o *smartphones* para la conexión a Internet se duplicó respecto a 2010, pasando de 26% a 58%, y en consecuencia el uso de computadoras de escritorio y portátiles disminuyó.

Durante 2012, los días de mayor conexión fueron: lunes (71%), viernes (71%), y sábado (67%). El tiempo de conexión promedio diario fue cuatro horas y nueve minutos, 47 minutos más que en 2011. Las principales actividades en línea que realizada el internauta mexicano eran: envío y recepción de correos electrónicos (80%), acceso a redes sociales (77%), y búsqueda de información (71%).

Respecto a la recordación publicitaria en línea, 83% de los entrevistados declaró haber visto algún tipo de publicidad en línea. Las categorías de cómputo

[22] A pesar de que el levantamiento de la información se realizó del 23 de abril al 13 de mayo de 2012, el estudio también presenta información correspondiente a 2011. AMIPCI explica que se tomó en cuenta todos los niveles socioeconómicos en el país, así como todos los rangos de edades.

(50%), películas/cine (46%) y teléfonos celulares/accesorios (45%) fueron las más recordadas por los internautas. El rubro de la política obtuvo 20%. El personaje más recordado fue el ex candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador (AMLO), seguido por el Partido Revolucionario Institucional y el entonces candidato Enrique Peña Nieto (EPN). [23]

En 2012, nueve de cada diez usuarios de Internet accedieron a alguna red social. Las principales razones para no acceder a ellas fueron: "no me interesa/no me divierte" (62%), y "protección de datos personales" (53%). En promedio el internauta mexicano se encontraba inscrito en cuatro redes sociales. De acuerdo a información proporcionada por la AMIPCI, así estarían conformadas las principales redes sociales en México:

[23] En 2013, AMIPCI presentó información más reciente en su "Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2013" (http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos) en donde se da a conocer que casi cinco de cada diez internautas en México se conectaron a Internet en cualquier lugar (escuela, hogar, cibercafé, mediante dispositivo móvil, lugares públicos y trabajo), en este punto es importante recalcar que el uso de teléfonos inteligentes aumentó de manera considerable como herramienta de acceso a Internet, ya que en 2013, cinco de cada diez internautas dijeron conectarse mediante estos aparatos. Por otra parte, el viernes se convirtió en el día de mayor actividad en Internet con 85%, el tiempo promedio diario de conexión fue de 5 horas con 10 minutos, lo que representó 67 minutos más de conexión en los internautas respecto a 2012. El envío y recepción de correos electrónicos se convirtió en la primera actividad en línea más importante (87.2%), seguido de búsqueda de información (84%), en 2013 el acceso las redes sociales ganó terreno entre las principales actividades preferidas por los internautas mexicanos y se volvió la tercera en importancia (82%) y fue precisamente las redes sociales el primer lugar entre los sitios en donde el internauta recuerda alguna publicidad (76.9%). Durante 2013, nueve de cada diez internautas mexicanos dijeron acceder a alguna red social, de éstos el 23% dijeron ser usuarios de alguna red social desde hace más de cinco años; entre las razones por las cuales el resto no estaba inscrito a una red social destacaron: "protección de datos personales" (26.5%), "no es de interés o divertido" (22.7%) y "por falta de tiempo" (18.8%). En cuanto a la publicidad dentro de las redes sociales, el 50% de los internautas que están inscritos en alguna red social aprueba los anuncios publicitarios que ven dentro de la misma. Respecto a los tipos de publicidad en redes sociales, el estudio dio opciones múltiples a los entrevistados para conocer cuál era la publicidad más recordada en las redes sociales, los resultados naturales fueron los siguientes: Productos – computadoras, comida, gadgets, papelería, etc.- (81.3%), Servicios – hoteles, vuelos de avión, restaurantes, viajes, experiencias, etc.- (76.8%), Política – partidos políticos, candidatos, etc.- (47.6%), Asociaciones sin afán de lucro –Greenpeace, Fundaciones, Niños con cáncer, etc.- (39.6%), Gubernamental –Gobierno Federal, Secretarías, Municipios, Cámaras de Diputados, etc.- (30.8%) y ningún tipo de publicidad (4.8%).

Tabla 1. Top 5 Redes Sociales más usadas.

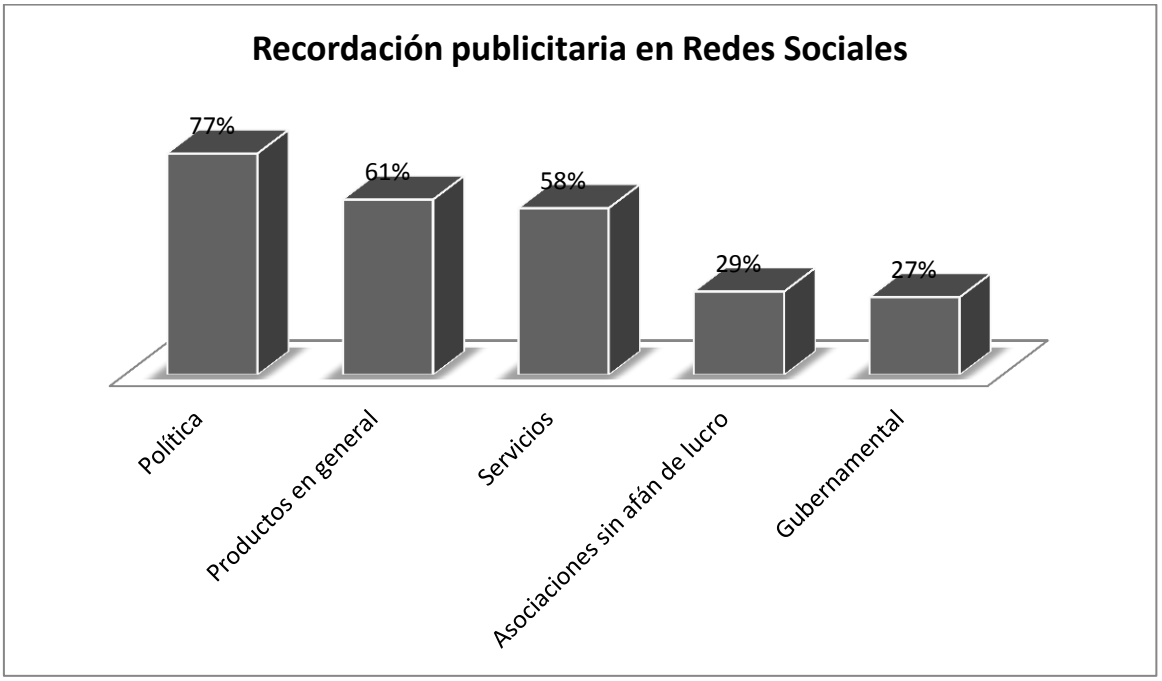
Facebook	**90% de los internautas mexicanos inscritos** **90% accede diariamente** **46% accede desde un teléfono inteligente**
YouTube	60% de los internautas mexicanos inscritos 77% accede diariamente 23% accede desde un teléfono inteligente
Twitter	55% de los internautas mexicanos inscritos 61% accede diariamente 47% accede desde un teléfono inteligente
Google +	34% de los internautas mexicanos inscritos 44% accede diariamente 20% accede desde un teléfono inteligente
Google +	34% de los internautas mexicanos inscritos 44% accede diariamente 20% accede desde un teléfono inteligente
Hi 5	25% de los internautas mexicanos inscritos 10% accede diariamente 8% accede desde un teléfono inteligente

Fuente: AMIPCI 2012, Estudio de Hábitos de los usuarios de Internet en México. (Documento disponible sólo para socios). Disponible en: http://www.amipci.org.mx/?P=otros

1.2.2.6 Redes sociales y política.

El estudio de la AMIPCI incluyó un apartado dedicado al uso de redes sociales en la perspectiva de las elecciones del primer domingo de julio de 2012. Se confirmó que el internauta mexicano recordaba la publicidad política (77%) en redes sociales, antes que otro tipo de publicidad gubernamental:

Tabla 2. Recordación publicitaria en Redes Sociales, 2012.

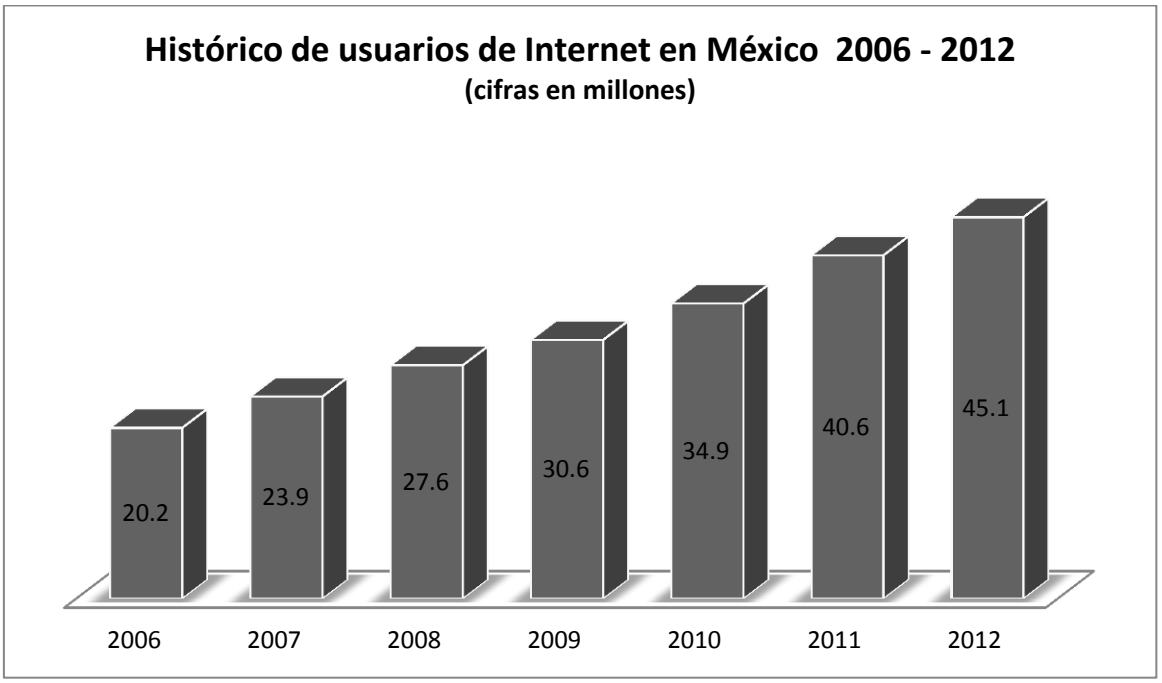


Fuente: AMIPCI 2012, Estudio de Hábitos de los usuarios de Internet en México. (Documento disponible sólo para socios). Disponible en: http://www.amipci.org.mx/?P=otros

En ese mismo apartado también se dio a conocer que 51% de los internautas mexicanos que accedieron a alguna red social dieron *click* a publicidad política; de éstos, cuatro de cada diez se hicieron fans o seguidores de algún candidato o partido, afirmando que inclusive votarían por ellos en las próximas elecciones.

En diciembre de 2012, AMIPCI calculó 45.1 millones de usuarios de Internet en México, cifra que superó en 10% a la dada a conocer en 2011, cuando fueron estimados 40.6 millones de usuarios de Internet. Si se toma en consideración el comparativo histórico, es posible observar que en la elección presidencial de 2006 fueron estimados 20.2 millones de internautas en México. En 2012 el número de usuarios de Internet en México se duplicó:

Tabla 3. Histórico de usuarios de Internet en México.



Fuente: estudio AMIPCI, 2013 con base en información de la Cofetel al mes de diciembre de 2012 e INEGI. Disponible en: http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos

1.2.2.7 Cifras del World Internet Project sobre Internet y redes sociales en México.

El World Internet Project Capítulo México, a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, ha realizado investigaciones sobre la penetración y usos de Internet y tecnologías de la información y comunicaciones asociadas desde el año 2009.

El *Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas* (http://www.wip.mx/estudios_wip.html), muestra que el total de usuarios de Internet ascendía a 52.3 millones de usuarios, incluidos más de siete millones de usuarios menores a 11 años de edad –comprendido en dos rangos: 4 a 11 años y menos de tres años- que representan 14% de la cifra total.

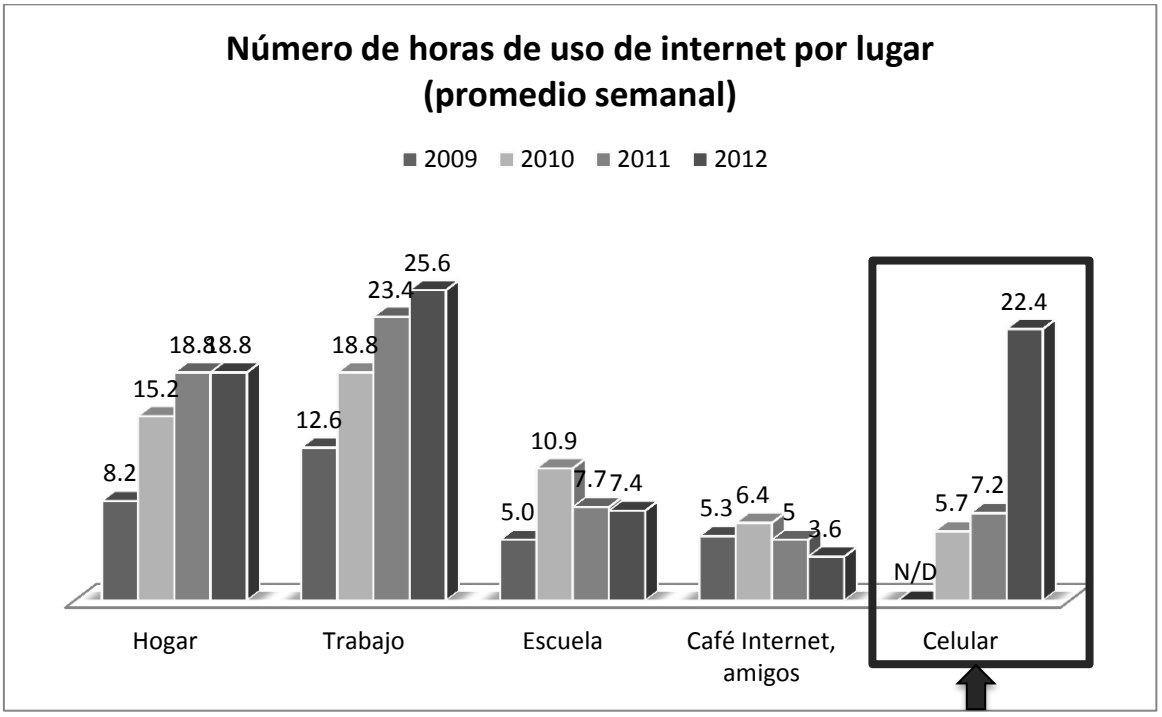
En 2012 se registraron más de 10 millones de usuarios nuevos respecto a 2011, cuando fueron estimados 40 millones 41 mil. En su estudio el WIP menciona que México se consolida entre los 12 países con mayor número de usuarios de Internet en el mundo, cuya mayor concentración de edades se encuentra entre los 12 y 25 años de edad (44% del total de usuarios).

Sobre la participación en Internet por género, los hombres representaron 51% y las mujeres 49%. El género femenino avanzó dos puntos porcentuales con respecto a los números presentados 2011. En el rubro de participación de los usuarios de Internet por nivel socioeconómico, los niveles bajos (D+/D-) fueron los que más crecieron con respecto al año anterior, al registrar 44%, El nivel socioeconómico B/C+ tuvo 33% y el C Típico 23%.[24]

El lugar donde más se utiliza Internet es el trabajo, aunque con la llegada de los dispositivos móviles ya no resulta tan práctico preguntar por los espacios de uso. En 2011 los usuarios destinaban alrededor de 7.2 horas al uso de Internet en el celular. En 2012 la cifra se disparó a 22.4 horas en promedio por semana.

[24] WIP México determinó el nivel socioeconómico mediante la aplicación del filtro AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación) en el que todos los niveles socioeconómicos del país fueron considerados, excepto en nivel "E" o marginado.
La AMAI describe el nivel socioeconómico (NSE) como "el nivel de bienestar del hogar" que significa más que el nivel de ingreso o el estilo de vida, ya que clasifica a los hogares y a todos sus integrantes. Las principales características de cada nivel son: nivel A/B (planeación y futuro), nivel C+ (entretenimiento y comunicación), nivel C (vida práctica), nivel C- (mínimo de practicidad), nivel D+ (condiciones básicas sanitarias), nivel D (paredes y algunos servicios) y nivel E (Escasez). Véase "Actualización Regla AMAI NSE 8x7, disponible en: http://www.amai.org/NSE/PRESENTACION_REGLA_8X7.pdf

Tabla 4. Número de horas de uso de Internet por lugar (promedio semanal).



Fuente: "Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas". Disponible en: http://www.wip.mx/estudios_wip.html

En 2012 el acceso a las redes sociales se convirtió en una de las principales actividades de los usuarios de Internet (86%) respecto a 2011 (70%). El correo electrónico perdió terreno frente al creciente uso de las redes sociales. En 2011, 97% de usuarios de Internet solía revisar su correo electrónico. En 2012 la cifra se redujo a 87%. Otro aspecto a destacar es el creciente uso de llamadas telefónicas por Internet –hacerlas o recibirlas-. En 2011 representaron 25% y un año más tarde 41%.

En cuanto al nivel de importancia que los usuarios de Internet dan a los medios de comunicación, como la televisión, para mantenerse informados, el estudio reveló que existe mayor inclinación hacia Internet que a la televisión para mantenerse informados, en una relación de 80% contra 54% respectivamente. De manera similar, los usuarios prefirieron 74% a Internet para entretenerse contra 54% de la televisión. Un aspecto importante fue el aumento en el nivel de

confianza informativa de los usuarios de Internet, 41% dijeron confiar en casi toda la información en Internet, lo que representó tres puntos porcentuales más con respecto a 2011.

Los estudios realizados por WIP México también ofrecen información sobre las personas que aún no son usuarios de Internet. La razón principal es el desconocimiento y no el factor económico, como algunos suponen. El estudio permitió reconocer personas que aún no usaban Internet pero que poseían ciertos productos que les permitirían tener acceso a Internet como: celular, computadora personal, laptop, consola de videojuegos con conexión a Internet, tableta/iPad y mp3. Ello permite inferir que cada vez están más cerca de convertirse en usuarios de Internet.

1.2.2.8 Internet y política.

En el apartado “Internet en el ámbito político (2009-2012)”, se expuso que cuatro de cada 10 usuarios consideró a Internet como una efectiva herramienta política, pues señalaron que: “usando Internet la gente podría decir al gobierno lo que debe hacer”, “por medio de Internet las autoridades comprenderían lo que la gente piensa” y que “por medio de Internet la gente tendría más poder político”. Además WIP México consideró que conforme aumentaba la migración al entorno digital la influencia en el ámbito político también crecía.

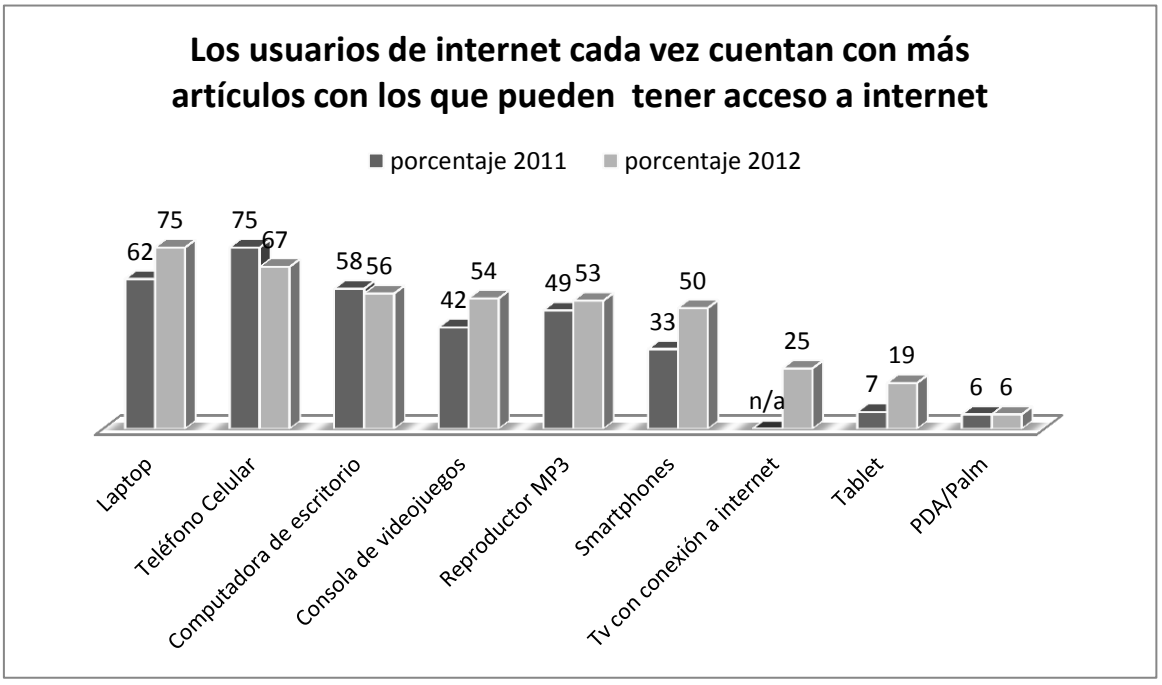
Como último punto, el estudio analizó Internet y las elecciones de 2012, cuyos resultados arrojaron que seis de cada 10 usuarios siguieron las campañas presidenciales en México a través de Internet. Facebook, YouTube y el correo electrónico fueron los 3 canales más utilizados por los usuarios para seguir las campañas presidenciales y que 43% de los usuarios concedieron una influencia considerable a Internet en las elecciones de 2012.

1.2.2.9 Cifras de IAB México sobre Internet y redes sociales en México.

En enero de 2013 la Interactive Advertising Bureau Capítulo México (IAB México) presentó la quinta edición del *Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2013*[25] realizado por la firma Millward Brown. En dicho estudio –cuya información fue recabada entre octubre y noviembre de 2012-, fueron estimados 46,600,000 usuarios de Internet en México, de los cuales 25% tienen entre 13 y 18 años, 21% entre 19 y 25 años y 15% entre 26 y 32 años.

El referido estudio destaca que los usuarios de Internet cada vez cuentan con más artículos con los que pueden tener acceso a Internet, como laptop, teléfono celular, computadora de escritorio, consola de videojuegos, etc., como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 5. Los usuarios de Internet cada vez cuentan con más artículos con los que pueden tener acceso a Internet.



Fuente: IAB México, quinta edición del *Estudio de consumo de medios digitales entre internautas*

[25] Disponible en http://www.iabmexico.com/Estudio_Consumo_Internautas_2013_Mexico, fecha de consulta: 3 de enero 2014.

mexicanos 2013 Disponible en:
http://www.iabmexico.com/Estudio_Consumo_Internautas_2013_Mexico

Los dispositivos móviles cada vez son más importantes para la interacción teléfono inteligente, celular, consola de videojuegos, tableta, reproductor de mp3 y televisión con conexión a Internet), en 2011, 56% de los usuarios de Internet dijo conectarse a Internet mediante alguno de esos dispositivos móviles. Para 2012 el porcentaje aumentó a 70%, los dispositivos móviles más utilizados para conexión a Internet fueron: computadoras (70%), *Smartphone* o teléfono inteligente (41%), consola de videojuegos (26%) y tabletas (17%). De manera similar a los estudios anteriormente citados, IAB México reporta que el hogar es el lugar donde regularmente los usuarios de Internet se conectan (93%); sin embargo la calle (22%) y lugares con acceso público (33%) están siendo cada vez más relevantes. Las actividades que se realizan con mayor frecuencia en Internet –dos o más veces al día- son enviar o recibir correos, chatear y buscar información.

El estudio de la IAB México señala que un usuario de Internet no navega para realizar una sola actividad, pues en promedio llegan a realizar hasta tres actividades simultáneas en línea; es decir, mientras navegan, uno de cada dos internautas realiza otras actividades, como enviar o revisar correos, buscar información y chatear – son actividades que el usuario hace al mismo tiempo usualmente-; o bien, explorar las redes sociales, enviar o revisar correos y chatear, o descargar videos y música al mismo tiempo.

El internauta también realiza otras actividades *off-line* (fuera de línea); es decir, mientras navegan en Internet ven televisión (50%), escuchan música (49%), estudian o realizan tarea (47%), o envían mensajes por celular (41%).

Además a través de Internet 93% de los usuarios ven videos, musicales (44%), noticias (29%) y series de televisión (28%). En cuanto al promedio en el tiempo de conexión, los resultados del estudio de la IAB México mostraron una variación respecto a los estudios ya citados, al reportar en 2012, 4 horas y 13

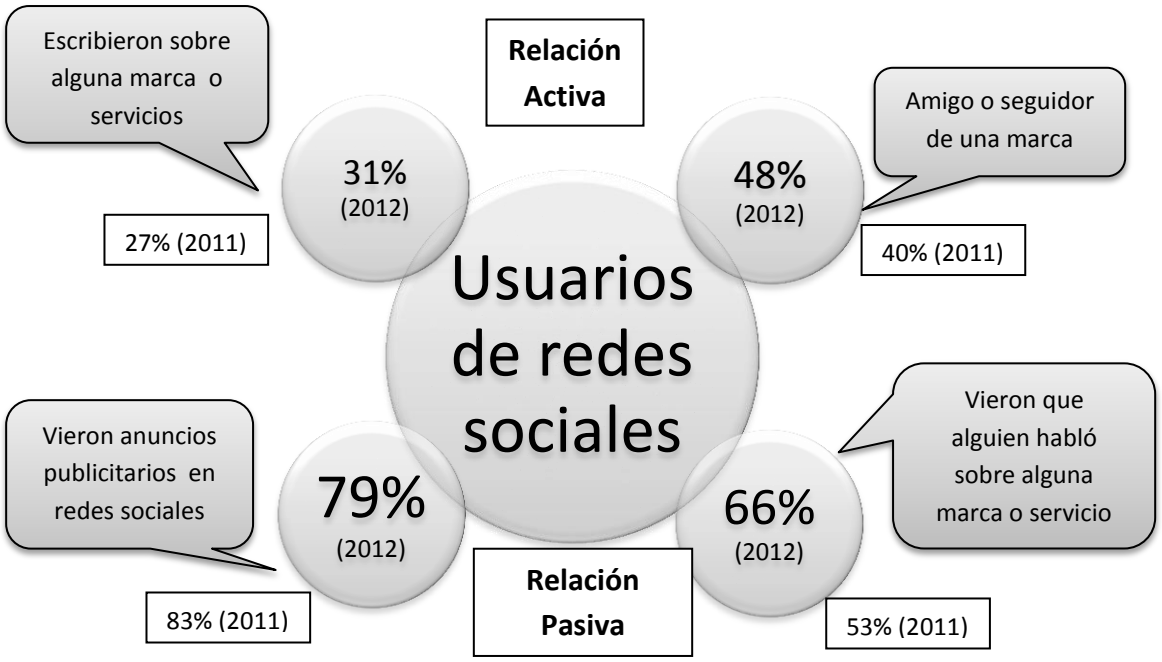
minutos, cifra muy similar a la de 2011 que fue de 4 horas y 11 minutos. Las principales consultas sobre temas de interés las realizan a través de los buscadores (82%), y las redes sociales (77%); además nueve de cada diez usuarios están inscritos a éstas.

1.2.2.10 Redes sociales.

La penetración relativa de Facebook en 2012 fue (96%) y Twitter (58%). Ello significa que de 100 usuarios de Internet en México, 96 son usuarios de Facebook y 58 de Twitter. Para su estudio, IAB México catalogó a los usuarios de Internet en dos rangos: internautas activos e internautas pasivos. Los internautas activos son aquellos usuarios que envían mensajes instantáneos, publican mensajes personales, suben fotos, actualizan su estatus, participan en los juegos, suben videos, dan tips de lugares y hacen *check-in* en lugares visitados. Los internautas pasivos sólo ven fotos, las últimas noticias de sus contactos, información personal de sus contactos y buscan personas, no tienen interacción como los internautas activos. Sin embargo, en cuanto a proporción, los entrevistados afirmaron realizar de manera similar actividades de internautas activos (92%) y de internautas pasivos (93%). Facebook es el principal sitio para compartir fotos (96%) y YouTube es el principal para compartir videos (75%).

En 2012 la relación entre los usuarios de redes sociales con la publicidad se caracterizó en su mayoría por únicamente ver anuncios publicitarios en las redes sociales y ver que alguien habló sobre una marca o servicio. El estudio revela que cada vez existen más internautas que escriben sobre las marcas publicitarias o servicios, o se hicieron seguidores de una marca.

Tabla 6. ¿Cómo interactúa la publicidad con las redes sociales? Relación entre los usuarios de redes sociales con la publicidad.



Fuente: IAB México, quinta edición del *Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2013* Disponible en: *http://www.iabmexico.com/Estudio_Consumo_Internautas_2013_Mexico*

En cuanto a la publicidad en Internet, la televisión juega un papel importante, pues el estudio reveló que 63% de los internautas visitan los sitios web anunciados en la televisión.

En el estudio del IAB México fueron considerados tres tipos de índices a evaluar en Internet como en los medios convencionales (emocional, de información y de relación). En el índice emocional, los usuarios afirmaron que Internet es un “medio indispensable, lo aman tanto que disfrutan utilizarlo, forma parte de su vida y se identifican con el (sic) por encima de cualquier otro medio.

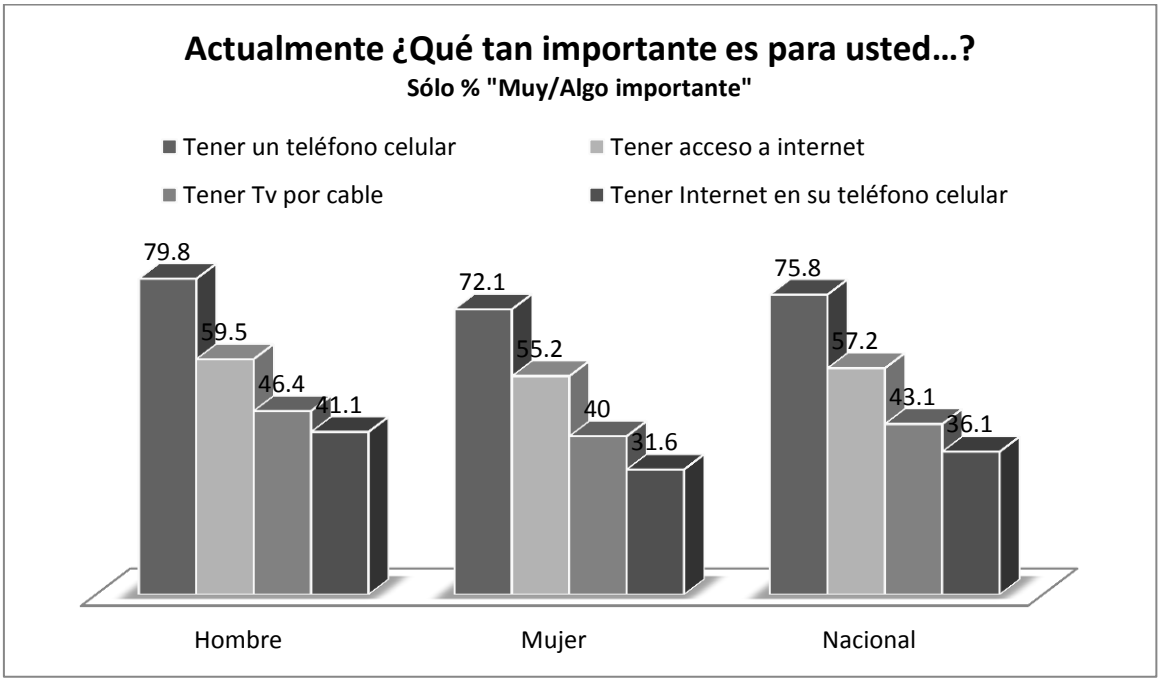
En cuanto al índice de información, Internet representa para los internautas -respecto a los medios convencionales- el medio que más los mantiene

actualizados y al que tienen una mayor exposición. Finalmente, en el índice de relación, los internautas dan más respaldo a los atributos de “me permite decidir lo que leo o escucho”, “es más confiable” y “me permite distraerme”.

1.2.2.11 Datos de Consulta Mitofsky sobre la importancia de Internet en la vida de los mexicanos.

El estudio *¿Qué tan importante en nuestra vida es el celular y el Internet?* (http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_Importanciacelular%20e%20Internet.pdf), realizado por Consulta Mitofsky del 7 al 10 de diciembre de 2012, a mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares, arrojó que 57% de los mexicanos consideraron a Internet como importante, mientras que para 36% era importante tener Internet en el teléfono celular. En cuanto a grupos poblacionales, los hombres dieron ligeramente más importancia que las mujeres a todos los aspectos relacionados con celular, cable o Internet

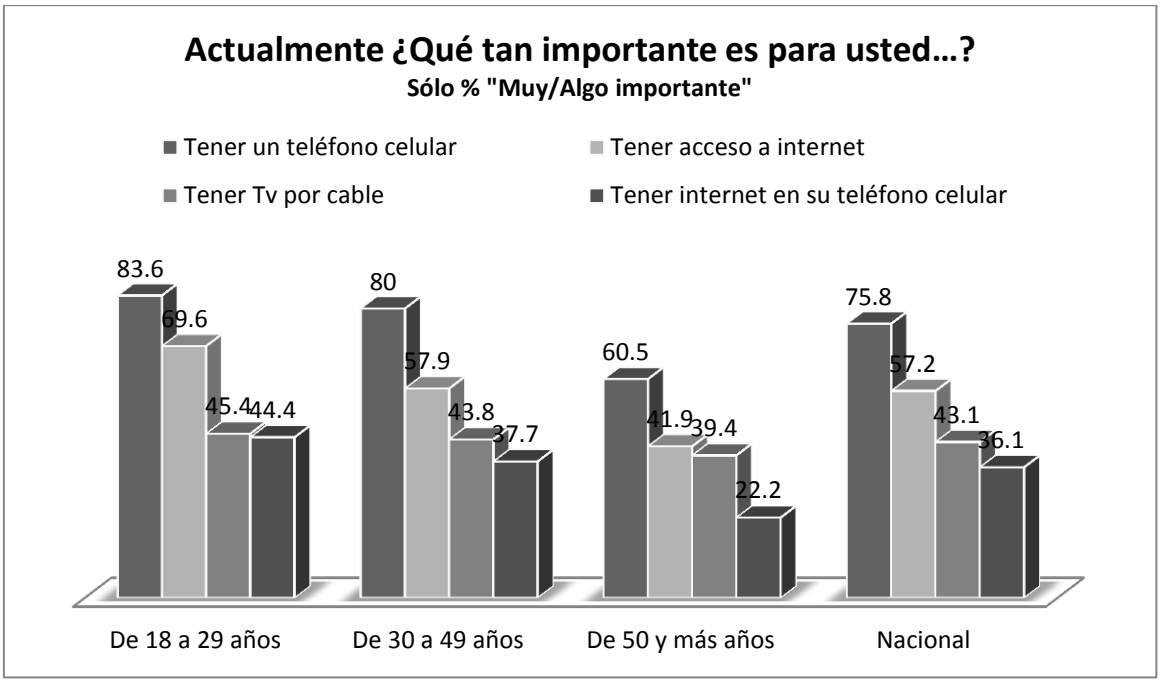
Tabla 7. Actualmente ¿Qué tan importante es para usted…?



Fuente: Estudio Mitofsky, 2012 *“¿Qué tan importante en nuestra vida es el celular y el Internet?”.* Disponible en: http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_Importanciacelular%20e%20Internet.pdf

En cuanto a los rangos de edad, el estudio mostró que los ciudadanos menores de 30 años otorgaron en su vida mucha importancia a todos los temas, mientras que en menores de 50 años se reduce significativamente ese interés.

Tabla 8. Actualmente ¿Qué tan importante es para usted…?



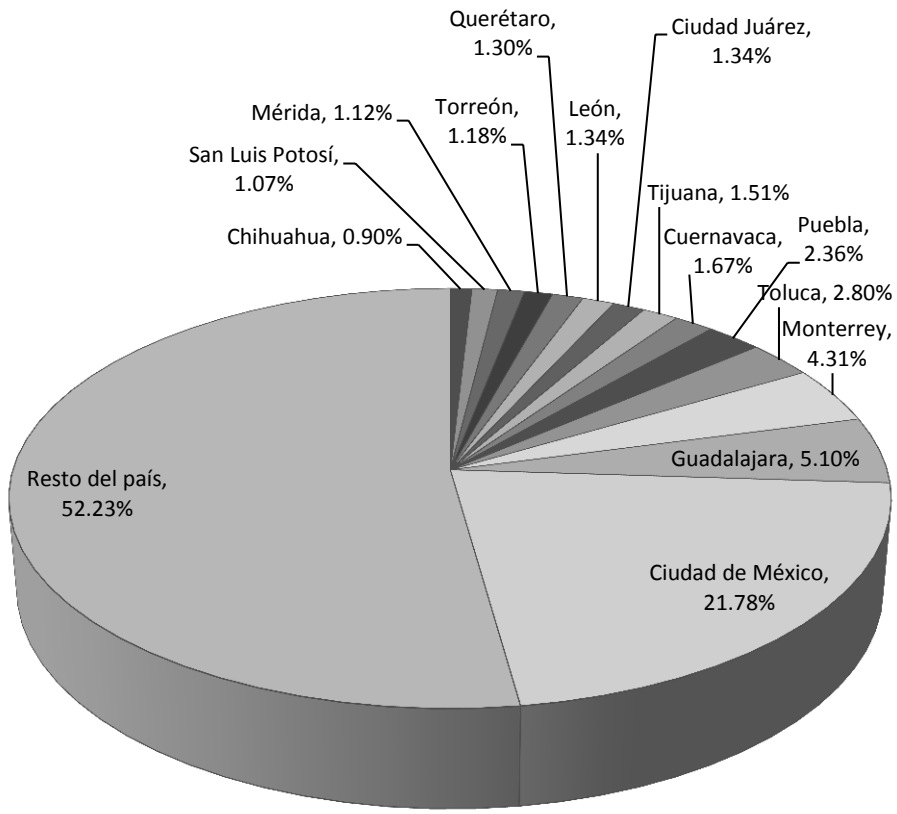
Fuente: Estudio Mitofsky, 2012 *"¿Qué tan importante en nuestra vida es el celular y el Internet?".* Disponible en: http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_Importanciacelular%20e%20Internet.pdf

Asimismo, la importancia que se da a Internet aumenta respecto al nivel económico, escolaridad y zonas geográficas, pues mientras en la zona urbana tener acceso a Internet representa el 62.3% de importancia, en la zona rural el porcentaje disminuye a 36.2%. Para quienes tienen grados universitarios y más, el tener acceso a Internet representa en importancia 85.1%, y a quienes estudian la secundaria o preparatoria un 64.2%. Finalmente, para los sectores socioeconómicos A,B y C+, tener acceso a Internet es importante en 76.1%; para los sectores C y D+ un 67.7% y para los sectores socioeconómicos D y E, representa 45.9%.

1.2.2.12 Datos del IFT sobre telefonía móvil en 2012.

De acuerdo con el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), al cierre de 2012 se contabilizaron 100 millones 727 mil suscripciones a teléfonos celulares móviles, de las cuales 47.8% se ubican en 14 principales ciudades de la República Mexicana.

Tabla 9. Telefonía móvil. Participación porcentual de suscripciones en las principales ciudades, 2012.



Telefonía móvil. Participación porcentual de suscripciones en las principlaes ciudades, 2012.

Fuente: Instituto Federal de Telecomunicaciones. Telefonía móvil. Participación porcentual de suscripciones en las principales ciudades, 2012. Disponible en: http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/#!prettyPhoto/53/

Durante 2012 las suscripciones a teléfonos celulares móviles se incrementaron en seis millones 144 mil. Vale la pena contrastar este dato con las 20 millones 218 mil suscripciones telefónicas (telefonía local fija) que se contabilizaron durante el mismo año. El IFT reportó que del 2011 a 2012 las suscripciones telefónicas fijas se incrementaron en 486 mil, cifra mínima respecto a las suscripciones a teléfonos celulares móviles.

1.3 Sociedad de la información y política 2.0

1.3.1 ¿Qué es la información?

Hablar sobre el concepto o significado de la información resulta hoy en día muy complejo dados los distintos canales o tecnologías de la información con los que actualmente se cuenta. De acuerdo con Robert Logan (2013), se puede afirmar que en el presente vivimos prácticamente rodeados de información, lo cual ha sido gracias a la existencia de la informática y los nuevos medios digitales como: Internet, la Web, blogs, correo electrónico, mensajería instantánea, mensajes de texto, teléfonos celulares, cámaras web, Ipods, Blackberries, iPhones, realidad virtual, etiquetas inteligentes, la nanotecnología y la computación.

Logan destaca que es irónico que a pesar de estar rodeados de información y que ésta juega un papel importante en la vida económica, social y cultural, realmente no hay una clara comprensión de lo que es la información. Tan sólo al propio Logan le tomó cinco años de exploraciones para arrojar “algo de luz” sobre el concepto de información:

> “La información no es un concepto sencillo y directo, sino más bien se trata de una noción muy resbaladiza utilizado de muchas maneras diferentes y en muchos contextos diferentes. Lingüísticamente y gramaticalmente la palabra información es

> un sustantivo, pero en realidad se trata de un proceso y por lo tanto es como un verbo." [26]

La investigación de Logan sobre el campo de la información fue tan amplia que consideró un desarrollo histórico desde sus primeros usos hasta la formulación formal atribuida a Claude Shannon (1948), reconocido como padre de la teoría de la información, quien según Logan, aportó una definición de la información puramente matemática, totalmente desprovista de significado o contexto.

> "Examinamos la manera en que la información, que siempre se había asociado con la mente humana se introdujo en la biología por aquellos que consideran la forma en que la información genética es transmitida de una generación a otra y por aquellos que consideran la transmisión de señales en los organismos vivos. Revisamos el trabajo de Kauffman et al. (2007) que demostró que la información de Shannon no puede describir la información contenida de un organismo vivo. Este trabajo condujo a la introducción de la noción de la relatividad de la información y la comprensión de que lo que es la información depende del contexto de dónde y cómo está siendo generada y utilizada."[27]

Ciertamente la definición de información atribuida por Shannon carecía de contexto; sin embargo, ello no significó que su trabajo fuera de menor contribución al mundo. De acuerdo con Gleick (2012), en 1948, año en que Bell Telephone Laboratories anunció la invención de un minúsculo semiconductor denominado transistor, el cual revolucionaría el campo de la electrónica y abriría el paso de la tecnología hacia la miniaturización, surgió también un invento mucho más importante: el término "bit", acuñado por Claude Shannon, quien describía a su

[26] En el original: "Information is not a simple straightforward concept but rather it is a very slippery notion used in many different ways and in many different contexts. Linguistically and grammatically the word information is a noun but in actuality it is a process and hence is like a verb." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción a cargo de la autora]

[27] En el original: "We then examine the way that information, which had always been associated with the human mind was introduced into biology by those considering the way genetic information is transmitted from one generation to another and by those considering the transmission of signals in living organisms. We then review the work of Kauffman et al. (2007) that demonstrated that Shannon information cannot describe the information contained of a living organism. This work led to the introduction of the notion of the relativity of information and the realization that what we consider to be information depends on the context of where and how it is being generated and used." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción a cargo de la autora]

invención como “una unidad para medir información”, la cual terminaría uniéndose a otras unidades de medición fundamentales para la vida cotidiana, como el centímetro, el kilogramo, el litro y el minuto. Sin duda, la contribución de Shannon formó parte de la evolución y transformación del concepto de información, tal y como en el siglo XIX lo hizo la palabra energía, el cual adoptaron los filósofos naturales como un término que significaba vigor o intensidad, más tarde lo matematizaron y le dieron su lugar en la visión natural de los físicos.

Tal y como pasó con el concepto de energía, lo mismo ocurrió con el concepto de información, que necesitó un rito de purificación:

> “Y luego, cuando fue simplificado, destilado y contado en bits, el término información comenzó a aparecer por todas partes. La teoría de Shannon tendió un puente entre información e incerteza; entre información y entropía; entre información y caos. Condujo a los compact discs y a los aparatos de fax, a las computadoras y al ciberespacio, a la ley de Moore y a todos los Silicon Valleys del mundo. Nació el procesamiento de información, junto con el almacenamiento de información y la recuperación de información. La gente empezó a nombrar a un sucesor de la Edad de Hierro y de la Era del Vapor. ‘El hombre que almacena alimentos reaparece incongruentemente como hombre que almacena información’, señalaba Marshall McLuhan en 1967. Escribió estas palabras con un poquito de antelación, en los albores del mundo de las computadoras y el ciberespacio.” (Gleick, 2012:11)

Hoy en día se puede afirmar que la información se ha vuelto vital en nuestras vidas, al ir fluyendo por el mundo y transformando las ramas del conocimiento. La información está presente en el entorno del ser humano y visto desde una perspectiva biológica, la información también está presente en el interior del propio organismo humano:

> “En la actualidad, incluso la biología se ha convertido en una ciencia de la información, una materia con mensajes, instrucciones y códigos. Los genes encapsulan información y posibilitan procedimientos para su lectura y su transcripción. La vida se expande a través de conexiones de redes. El mismísimo cuerpo es un procesador de información (…) El DNA es la molécula de información vital, procesador de mensajes más avanzado en el ámbito celular: un alfabeto y un código, seis mil millones de bits para formar un ser humano.” (Gleick, 2012:11-12)

Es así como el concepto de información fue tomando un significado más profundo conforme fue evolucionando, desde sus inicios en el campo de las matemáticas, la ingeniería y la informática hasta abarcar otros campos especializados en su estudio como la biología. Hoy se puede decir que la información es significado de orden, organización y medida precisa que conlleva procesos de transmisión y recepción de la comunicación.

Asimismo, Gleick (2012) destaca al alfabeto como pilar de la tecnología de la información, mientras que al teléfono, el fax y la computadora las califica como novedades para almacenar, manipular y comunicar conocimientos, todas estas funciones han ido acompañadas de un vocabulario funcional por parte de las culturas:

> "Hablamos de comprensión de datos, sabiendo perfectamente que es bien distinto de comprensión de gases. Entendemos lo que es flujo continuo, análisis, clasificación y filtrado de información. Nuestro mobiliario incluye iPods y pantallas de plasma, tenemos conocimientos de redacción de mensajes por SMS y sabemos hacer búsquedas por Internet, estamos preparados para ello, somos expertos, de modo que vemos la información en primer plano. Pero lo cierto es que siempre ha estado allí." (Gleick, 2012:15)

Con lo anterior, el autor refiere que en su momento cada nueva tecnología ha significado un paso adelante en cuanto a procesos de almacenamiento y transmisión se refiere. Como ejemplo, se puede decir que con la imprenta surgieron nuevos formas de clasificar la información en: diccionarios, almanaques, enciclopedias, en donde se depositaba la información con base en un orden y organización de los acontecimientos.

Gleick difiere un poco respecto a la perspectiva de McLuhan o Logan, al sostener que "difícilmente una tecnología de la información se vuelve obsoleta. Las nuevas van poniendo de relieve a sus predecesoras" (Gleick, 2012:16).

Como ya se ha comentado anteriormente, es cierto que cada nueva tecnología recupera elementos anteriores de la tecnología que le haya antecedido,

pero como también sostiene Gleick, “cada medio de comunicación nuevo transforma la naturaleza del pensamiento humano” (:16), esta sería una idea en la que concuerda totalmente con el pensamiento de McLuhan.

1.3.2 Orígenes del concepto de información.

Logan (2013) sostiene que etimológicamente la palabra información –en inglés- aparece registrada por primera vez en 1386 en el diccionario inglés de Oxford, y derivó del latín a través del francés. Como resultado se obtuvo una combinación de la palabra informar “lo que significa dar forma a la mente con la terminación ‘ción’ que denota un nombre de acción. Esta antigua definición se refiere a un elemento de la formación o moldeo de la mente”. [28] (Logan, 2013:19)

El autor explica que poco después, en 1450, apareció la siguiente noción de información (comunicación del conocimiento) y fue hasta el siglo XX que se concibió a la información como algo capaz de almacenamiento y como una cantidad definida matemáticamente. Ello debido a que a la palabra “información” se le habían dado muchos significados diferentes, sin duda, varios de ellos fueron de utilidad a la aplicación de estudios que merecían una investigación mayor, pues difícilmente un solo de concepto de información podría aplicarse a todos.

Dada la amplitud conceptual de la palabra información, a mediados del siglo XIX surgió la era de la información como resultado de dos revoluciones: la revolución de las comunicaciones, en la que la sociedad industrial y los gobiernos modificaron la forma de hacer negocios y conducir sus relaciones exteriores, respectivamente, gracias a que el telégrafo, el teléfono y la radio cambiaron por completo la forma de comunicarse del ser humano. En segundo lugar, la revolución tecnológica, que más tarde adquiriría el concepto de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), que significó la pérdida de hegemonía de

[28] En el original: “meaning giving a form to the mind with the ending “ation” denoting a noun of action. This earliest definition refers to an item of training or molding of the mind.” (Logan, 2014, 31 31 de mayo) [Traducción a cargo de la autora].

los sistemas de información basados en papel y aquellos que permitían la interacción humana como el teléfono y el fax frente a las computadoras y los satélites, lo que permitió al sector industrial una automatización a partir de gestión de datos y toma de decisiones basada en el análisis estadístico. Los efectos de ambas revoluciones sin duda desembocaron en grandes transformaciones de la vida humana, tanto la investigación científica como militar contaron con un sistema de comunicación internacional con el surgimiento de las redes de computadoras en los años sesentas, lo que más tarde conllevaría al surgimiento de Internet. (Paz, 2009:15-16).

En este punto, es importante recalcar que el surgimiento de la era de la información, que tuvo la globalización como uno de sus efectos importantes, no significó el fin de la era industrial, más bien se trató de una sinergia entre ambas eras con efectos en la vida del ser humano.

1.3.3 Información y Lenguaje.

Retomando las ideas de Logan (2013), existe una conexión de la información a la mente que hace casi imposible pensar que, el pensamiento y la información no esté conectada a una u otra forma de lenguaje. Para Logan, el lenguaje es:

> "el medio a través del cual la información simbólica es formulada y comunicada con la excepción de las artes visuales y la música (…) el lenguaje es un medio de comunicación y una herramienta de la informática, el cual he formulado en términos de ecuación: lenguaje = comunicaciones más informática" (Logan, 2013:45)[29]

En el libro, "What is Information?", Robert Logan aborda el modelo de la mente extendida del lenguaje que "se basa en la premisa de que el lenguaje

[29] En el original: "Language is the medium through which symbolic information is formulated and communicated with the exception of the visual arts and music (…) language is both a medium of communication and an informatics tool, which I have formulated in terms of the equation: language = communications plus Informatics" (Logan, 2014, 31 de mayo)[Traducción de la autora]

surgió como respuesta al caos de la complejidad de la existencia de nuestros primeros ancestros humanos similares" (Logan, 2013:46).

Esta concepción estuvo asentada años atrás por McLuhan en el libro *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano,* en el que se señalaba que "el poder de la voz para modelar el aire y el espacio en patrones verbales, bien puede haber sido precedido de una expresión, menos especializada, de gritos, gruñidos, gestos y órdenes o de cantos y bailes." (McLuhan, 2009:108).

Logan (2012) señala que el habla o discurso surgió como una bifurcación de las percepciones de los conceptos y una respuesta al caos asociado a una sobrecarga de información en la vida de los homínidos – nuestros primeros ancestros humanos-, quienes surgieron en las sabanas del África y representaban un blanco fácil para sus depredadores, ante ello, los homínidos aumentaron sus suministros de alimento además tuvieron que adquirir nuevas habilidades en la fabricación de herramientas, en el dominio del fuego, la cooperación social para mantener el hogar, la cooperación social para mantener el hogar, intercambiar alimentos y adoptar un comportamiento altruista, formar grupos de alimentación y de caza y el uso de la comunicación mimética (gestos, señales con las manos, lenguaje corporal y vocalización). Fue así que gracias a una sobrecarga en la información, el caos, el interactuar con muchas personas y la realización de actividades más sofisticadas, llevó a una necesidad de mejorar las comunicaciones, mejorar la coordinación de las transacciones sociales y actividades de cooperación. Además, se puede decir que gracias a todo esto, surgieron nuestros primeros conceptos a raíz de nuestras primeras palabras, que permitieron una mayor abstracción del pensamiento.

Dado que hubo un aumento en la complejidad de percepción del cerebro, se hicieron necesarios conceptos para el pensamiento abstracto:

> "Las palabras representan conceptos y los conceptos están representados por las palabras. Cada palabra sirve como una metáfora y un atractor extraño uniendo todos los preceptos preexistentes asociados con esa palabra en términos de una sola palabra y, por lo tanto, un solo concepto. Todas las experiencias y percepciones del agua, el agua que bebemos, con la que nos bañamos, cocinamos, en la que nadamos, que cae en forma de lluvia, que se derrite de la nieve, todas fueron capturadas en una sola palabra, agua, que también representa el simple concepto de agua. No todas las palabras de nuestro lenguaje surgieron como generalizaciones de percepciones, pero una vez que surge el lenguaje les permite un nivel abstracto de pensamiento que llevó a la creación de nuevas palabras funcionales que servían a propósitos gramaticales y se entregaron a la estructura sintáctica de la lengua."[30]

Lo anterior significó que el lenguaje no sólo transformó la vida del hombre, sino que, de acuerdo a las ideas de McLuhan, se convirtió en una extensión del cerebro en la mente humana, y en este sentido es que Logan (2013) asumió que la mente surgió con la llegada del lenguaje verbal y en consecuencia, el pensamiento conceptual. De manera esquemática y como buen físico, Logan expresó su idea en términos de una ecuación de la siguiente manera: mente = cerebro + lenguaje.

McLuhan otorgaba ciertas cualidades al lenguaje, pero también era consciente de las limitaciones que éste representaba para la vida del hombre:

> "De no ser por el lenguaje, sugiere Bergson, la inteligencia humana habría permanecido totalmente involucrada en los objetos de su atención. El lenguaje es para la inteligencia lo que la rueda para los pies y el cuerpo. Le permite pasar de un punto a otro con mayor facilidad y rapidez y con una implicación cada vez menor. El lenguaje extiende y amplía al individuo pero también divide sus

[30] En el original: "Words represent concepts and concepts are represented by words. Each word serves as a metaphor and a strange attractor uniting all of the pre existing percepts associated with that word in terms of a single word and, hence, a single concept. All of one's experiences and perceptions of water, the water we drink, bathe with, cook with, swim in, that falls as rain, that melts from snow, were all captured with a single word, water, which also represents the simple concept of water. Not all the words of our language emerged as generalizations of percepts but once language emerged it allowed an abstract level of thought that led to the creation of new function words that served grammatical purposes and gave syntactic structure to language." (Logan, 2014, 31 de mayo. Pag 47) [Traducción de la autora]

facultades. La extensión técnica que es el habla merma su conciencia colectiva o conocimiento intuitivo." (McLuhan, 2009: 107)

Logan (2013) agregó que los seres humanos han sido la única especie en desarrollar el lenguaje verbal y experimentar la mente, a diferencia de nuestros antepasados –los primeros homínidos- que experimentaron el pensamiento pero sin el procesamiento de conceptos abstractos, los cuales pueden crearse únicamente a partir de las palabras y ser procesados a través del lenguaje. A partir de esta explicación, Logan (2013) estableció que la aparición del lenguaje verbal representa tres bifurcaciones separadas:

Tabla 10. Bifurcaciones del lenguaje.

* La bifurcación de las percepciones a los conceptos	• Emergió con el Homo erectus, cuando las primeras palabras fueron usadas simbólicamente. • Aproximadmente hace 2 millones de años.
* La bifurcación del cerebro a la mente * La bifurcación del Homo Sapiens arcaico a los seres humanos modernos, Homo sapiens	• Aparición del lenguaje plenamente sintactilizado • Ocurrió hace 100 ± 50 mil años. • Parece estar relacionadas con la explosión de la cultura humana y el progreso tecnológico de ese periodo de tiempo.

Fuente: Elaboración propia, a partir de Logan (2013). *What is Information?*

1.3.4 El sexto lenguaje (cadena evolutiva).

Al hablar del sexto lenguaje, Logan (2013) se refirió a un proceso evolutivo del lenguaje manifestado en seis maneras distintas, la primera de ellas: el habla, seguido de la escritura, las matemáticas, la ciencia, la computación y la Internet, refiere que cada una de éstas actúan como replicadores culturales y que al igual que los organismos biológicos, se trata de entidades culturales vivientes que evolucionan, compiten y transmiten algún tipo de información. Para Logan, el lenguaje es una herramienta que permite desarrollar ideas y conceptos nuevos "la

comunicación no es la única función del lenguaje. El lenguaje también juega un papel clave en la formulación de la información, incluyendo su procesamiento, almacenamiento, recuperación y organización (…) es una herramienta para el desarrollo de nuevos conceptos e ideas."[31] (Logan, 2013: 52).

Por lo tanto, la cadena evolutiva del lenguaje que comprende desde el habla hasta Internet, permite desarrollar ideas que no podrían ser a partir del único uso de la palabra. Sin duda se trata de seis lenguajes distintos, con maneras distintas y únicas para comunicar, almacenar, recuperar, organizar y procesar la información, pero estrechamente relacionados, ya que cada uno de ellos incorpora elementos anteriores del lenguaje que le antecedió. He ahí donde cobra mayor sentido la Tétrada de McLuhan.

Pero ¿Por qué se dieron estas seis formas de lenguaje en una cadena evolutiva y no otras? Logan (2013) explica que el habla fue la primera forma del lenguaje humano que se convirtió en la base del resto de los modos lingüísticos de comunicación y procesamiento de información. Logan define el lenguaje oral como "la suma de la información pronunciada por hablantes humanos. El lenguaje escrito, que se deriva del habla, se define como la suma de la información, que ha sido simbolizada con signos visuales"[32] (Logan, 2013: 54).

Posterior al habla, surgieron las primeras formas del lenguaje escrito: la escritura y anotaciones matemáticas:

> "ambas crecieron fuera del sistema de registro de pagos de tributos agrícolas que utilizaban fichas de contabilidad de barro en Sumeria hace poco más de 5,000 años. Éstas surgieron para hacer frente a la sobrecarga de información y los límites de la memorización humana con la que los contadores tenían que lidiar en el

[31] En el original: "Communication is not the only function of language. Language also plays a key role in the formulation of information, including its processing, storage, retrieval, and organization (…) is a tool for developing new concepts and ideas" (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

[32] En el original: "the sum of information uttered by human speakers. Written language, which is derived from speech, is defined as the sum of information, which has been notated with visual signs." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

> surgimiento de los tributos en forma de productos agrícolas pagados por los agricultores al sacerdocio."[33] (Logan, 2013: 54)

El lenguaje escrito introdujo formas de aprendizaje con el surgimiento de escuelas en Sumeria, los maestros recopilaron información para sus planes de estudio y así dieron paso a la ciencia, la cual surgió como un conocimiento organizado para hacer frente a la sobrecarga de información creada por los docentes. Desde la perspectiva de Logan (2013), la ciencia puede ser considerada como una forma separada del lenguaje, ya que tiene una manera única de procesamiento sistemático, almacenamiento, recuperación y organización de la información muy diferente al texto escrito o las matemáticas.

Los siguientes sistemas que ayudarían al procesamiento de la información, emergieron a su vez de la ciencia y las matemáticas:

> "Hace poco más de sesenta años, el siguiente sistema para el procesamiento de la información surgió de la ciencia y de las matemáticas en forma de la informática, con sus propios y únicos métodos basados cibernéticamente y automatizados para el procesamiento y organización de la información. La informática surgió para hacer frente a la sobrecarga de información de la ciencia y la tecnología basada en la ciencia. Finalmente la última forma de lenguaje surgió de la informática y las telecomunicaciones en la forma de la Internet y la World Wide Web. El Internet surgió como una forma de lidiar con la sobrecarga de información generada por la informática y la necesidad de almacenar y transmitir toda esa información."[34] (Logan, 2013: 54)

[33] En el original: "both grew out of the system of recording payments of agricultural tributes using clay accounting tokens in Sumer just over 5,000 years ago. They emerged to deal with the information overload and the limits on human memorization that the accountants had to deal with in keeping track of the tributes in the form of agricultural commodities paid by farmers to the priesthood." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

[34] En el original: "A little more than sixty years ago, the next system for processing information emerged from science and mathematics in the form of computing, with its own unique cybernetically based and automated methods for processing and organizing information. Computing arose to deal with the information overload of science and science based technology. Finally, the latest form of language emerged from computing and telecommunications in the form of the Internet and the World Wide Web. The Internet emerged as a way of dealing with the information overload generated by computing and the need to store and transmit all of that information." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

En este último punto, vale la pena señalar que aunque la World Wide Web e Internet poseen elementos semánticos y sintácticos de la informática también cuentan con elementos únicos en sus categorías que se hace necesario diferenciar:

Tabla 11. Elementos de la World Wide Web e Internet.

World Wide Web	Internet
•Incluye servicios de correo electrónico, listas de correo, salas de chat, servicios FTP, servicios de Telnet, páginas web, intranet, extranet, portales y sitios de comercio electrónico •Cada uno de estos servicios representa los elementos semánticos del sexto lenguaje de internet.	•Tiene una serie de elementos sintácticos únicos: •Uno de ellos es el hipertexto que permite vincular todos los sitios web y páginas web en el ciberespacio para formar un enorme documento global. •Otro, es el protocolo de internet, que permite a todos los ordenadores conectados a Internet formar una gran red global, haciendo posible la Web, FTP y Telnet. •Uno más, son los motores de búsqueda (aumentan acceso al conocimiento e información, proporciona nivel adicional de comunicación que otras formas de lenguaje verbal no pueden igualar, búsqueda de personas, comunidad global)

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por Logan (2013). *What is information?*

Toda la investigación que Logan hizo sobre el origen y evolución del lenguaje, lo llevó a establecer que el lenguaje, además de ser medio de comunicación, es también una herramienta informática. Logan trabajó con McLuhan en el estudio sobre el impacto de la escritura fonética y el alfabeto fonético en el desarrollo de la cultura occidental, el cual tuvo un enorme impacto en la forma en que la información era formulada y organizada. Logan tomó la idea de que la manera en que fuera anotada una lengua podía afectar la forma de las creencias y conceptos de sus usuarios:

> "El silabario fonético mesopotámico inspiró la organización de costumbres sociales en formas de derecho codificado, el más famoso de los cuales es el código Hammurabi (…) Además de aportar la escritura de los niños hebreos, Moisés también les trajo derecho codificado, o los Diez Mandamientos, así como un concepto más abstracto y monoteísta de Dios."[35] (Logan, 2013: 58)

Logan explica que la introducción del alfabeto fonético tuvo efectos dramáticos en otras culturas, como la griega, pues promovía el análisis de las palabras en sus fonemas básicos para poder ser transcritas. "Cuando se transcribe el lenguaje hablado, los fonemas o sonidos están codificados con señales visuales sin sentido, las letras del alfabeto. Y cuando se lee el texto escrito esos signos visuales son decodificados de vuelta a los sonidos."[36] (Logan, 2013: 59).

Agrega que el alfabeto es además una herramienta de clasificación que permite dar un orden perfecto a todas las palabras a través de la alfabetización, además de que la invención del cero y el sistema numérico fueron consecuencias de la escritura alfabética (fueron inventos de los matemáticos hindúes en el año 200 A.C.). Por lo tanto, el análisis, codificación, decodificación y clasificación que promueve el alfabeto fonético son considerados los ingredientes básicos de la ciencia abstracta y la lógica deductiva.

Es así como Logan explica el proceso de la cadena evolutiva del lenguaje, sin meterse en una discusión que lleve a considerar a esta cadena como lenguajes separados o seis capacidades distintas del ser humano, pues su análisis únicamente se enfoca en ver a cada uno de estos seis modos distintos de procesamiento de información como "un marco único para ver el mundo".

---

[35] En el original: "The Mesopotamian phonetic syllabary inspired the organization of social mores into forms of codified law, the most famous of which is the Hammurabic code (…) In addition to bringing writing to the Hebrew children, Moses also brought them codified law, or the Ten Commandments, as well as a more abstract and monotheistic concept of God." (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

[36] En el original: "When spoken language is transcribed, phonemes or sounds are coded with meaningless visual signs, the letters of the alphabet. And when written text is read those visual signs are decoded back into sounds. (Logan, 2014, 31 de mayo) [Traducción de la autora]

Capítulo 2 USO DE LAS TIC EN CAMPAÑAS POLÍTICAS.

2.1 El empleo de TIC en campañas presidenciales en España, Italia y Estados Unidos.

En 2009 Paz Pellat presentó un apartado sobre el uso de las Tecnologías de la Información (TIC) en campañas políticas como parte de su libro *Política 2.0 La Reinvención Ciudadana de la Política*, donde analiza con mucho detalle tres casos de campañas políticas que recurrieron al uso de las TIC: España, Italia y Estados Unidos.

El 9 de marzo de 2008, España tuvo como principales contendientes al Partido Socialista Obrero Español (PSOE), con José Luis Rodríguez Zapatero como candidato presidencial; y el Partido Popular (PP), con Mariano Rajoy. Los resultados de las elecciones generales dieron como ganador al PSOE. El autor destacó que los candidatos contaron con sitios web especiales de campaña que incluyeron información sobre ésta y sobre las respectivas agendas, aunque sus herramientas de retroalimentación resultaron limitadas, pues los partidos raramente tomaron en cuenta sus recursos online (por ejemplo, remitir a los asistentes de los mítines a la página con el fin de que ampliaran la información).

El segundo caso correspondió a Italia, que celebró elecciones generales anticipadas el 13 y 14 de abril de 2008. Silvio Berlusconi obtuvo la victoria con 46.8% de los votos, frente a su principal rival, Walter Veltroni, ex alcalde de Roma, quien obtuvo 37.5% de los votos. En cuanto al uso de las herramientas en Internet por parte de los candidatos, Paz Pellat (2009) refiere que los sitios web de ambos candidatos dieron relevancia al contenido de las campañas que derivó en mensajes demasiado extensos, además de que ninguno ofreció herramientas para captar a otros simpatizantes, incluyendo opciones básicas como recomendar la página. Destaca que instrumentos como las redes sociales YouTube, Flickr y

Twitter fueron utilizadas más para difundir contenido que como elementos de movilización, además de que ninguno de los candidatos creó un perfil en My Space o Facebook.

Tanto en el caso de España (que entonces contaba con 20 millones de internautas y prevalecía como la cuarta comunidad internauta en Europa), como Italia (que contaba con 32 millones de internautas y era la tercera comunidad internauta en Europa) se encontró que en ambos casos, los usos de las TIC en campaña no lograron superar en algunos ámbitos la unidireccionalidad y desaprovecharon la interactividad que el medio ofrece. En ambos casos, la Política 2.0 no fue aplicada en su sentido estricto, que entiende a la democracia como una forma de diálogo.

El tercer caso correspondió a Estados Unidos, en las elecciones del 4 de noviembre de 2008, en las cuales Barack Obama contendió por la presidencia, por el Partido Demócrata en contra de John McCain del Partido Republicano. El resultado final favoreció a los demócratas con el 64.9% de los votos.

El autor señala que los candidatos de los partidos contaron con su propio espacio en internet para promocionar sus respectivas campañas, en ese sentido, los sitios mostraron un esfuerzo por acercar al político a la ciudadanía, fomentar la movilización social, difundir los hechos y recaudar fondos. En este punto hay especial reconocimiento a la campaña de Obama, la cual resultó ser histórica por transformar la campaña política en internet en una verdadera herramienta de movilización y participación ciudadana para crear una comunidad de miembros motivados.

A diferencia de los casos anteriores, tanto Obama como McCain utilizaron la web no sólo para difundir su mensaje político o noticias relacionadas con ellos, sino que vieron en la web una herramienta para movilizar votantes, simpatizantes y contribuyentes, aunque el mayor éxito alcanzado lo tuvo Obama. Los

instrumentos sociales de la llamada Política 2.0, como YouTube, Flickr y Twitter, fueron utilizados para movilizar y crear comunidad, lo cual hablaba de una gran participación ciudadana.

En este último caso, el autor expresó que los candidatos de ambos partidos supieron aprovechar el potencial de oportunidades que ofrecen Internet y las TIC en el proceso de campañas políticas, sobre todo, cuando Estados Unidos contaba en ese momento con más de 387 millones de internautas y se situaba en el segundo lugar a nivel mundial, después de China. Paz concluye que ambos candidatos lograron superar la unidireccionalidad en algunos ámbitos y aprovecharon las opciones interactivas que el medio ofrecía, pese a ello, Obama resultó mucho más innovador que su contrincante.

2.2 Redes sociales y movimientos de liberación en el mundo.

Como ya se ha explicado anteriormente, Internet 2.0 y las redes sociales han logrado impactar sustancialmente la comunicación a nivel global, permitiendo que millones de usuarios en el mundo estén conectados a una red a través de Internet, en la que comparten ideas e imágenes que pueden llegar a retransmitirse de manera viral y generar grandes impactos sociales, como los movimientos sociales en las redes sociales de Internet, que se fueron magnificando precisamente por ese contagio de ideas e imágenes en la red.

Según Castells (2013), los movimientos sociales en red tuvieron su existencia en primer lugar en el mundo árabe, mismos que fueron combatidos con violencia por sus dictaduras y que tuvieron suerte diversa, abarcando desde la victoria, hasta las matanzas y guerras civiles. Otros movimientos sociales surgieron en Europa (España, Grecia, Portugal e Italia), y Estados Unidos (Occupy Wall Street) a causa de una gestión ineficaz por parte de los gobiernos en el manejo de la crisis económica. Gran Bretaña e Israel también formaron parte de la

ola de movimientos sociales en red, cuyos integrantes ocuparon plazas y convirtieron a sus movilizaciones en las más populares de la historia de sus respectivos países.

Esos son sólo algunos de los movimientos sociales que han sacudido al mundo a partir del uso de Internet y las redes sociales y aunque las causas que los originaron de inicio son diversas –desde crisis económicas, injusticias, falta de democracia, etc.- en el fondo existe un elemento en común, la indignación:

> "Empezaron por el Norte y por el Sur, en Islandia y en Túnez, y desde allí la chispa prendió en un paisaje social diverso devastado por la codicia y la manipulación en todos los rincones del planeta azul. No fue sólo la pobreza, o la crisis económica, o la falta de democracia lo que provocó esta rebelión polifacética. Por supuesto, todas las manifestaciones dolorosas de una sociedad injusta y de una política antidemocrática estuvieron presentes en las protestas. Pero fue fundamentalmente la humillación causada por el cinismo y la arrogancia de los poderosos, tanto del ámbito financiero como político y cultural, lo que unió a aquellos que transformaron el miedo en indignación y la indignación en esperanza de una humanidad mejor." (Castells, 2013: 20).

En el caso de México, el movimiento social en red que sacudió el momento electoral de 2012 fue el movimiento "Yo soy 132". De acuerdo con Galindo y González (2013), la mañana del 11 de mayo, cuando el entonces candidato presidencial del PRI-PVEM, Enrique Peña Nieto, asistía a una reunión con estudiantes de la Universidad Iberoamericana a participar en una conferencia a la que se le había invitado, su intervención fue cuestionada por temas en específico como Atenco, su gestión como gobernador del Estado de México, así como los gastos que había ejercido en publicidad y la relación que guardaba con figuras de la política como el ex presidente Carlos Salinas y Humberto Moreira. Hubo gritos de protesta en contra de Peña Nieto por parte de los estudiantes que también hicieron uso de pancartas y carteles para manifestar su rechazo al candidato presidencial del partido tricolor. Momentos más tarde las acciones de los estudiantes fueron descalificadas por el presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PRI, Pedro Joaquín Coldwell, así como por representantes del PVEM y

organizaciones sectoriales del PRI, como la Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP), quienes catalogaron como “porros” y “acarreados” a los estudiantes de la Ibero. Posteriormente, lo ocurrido en la UIA se empezó a reflejar en redes sociales como Twitter, con críticas hacia el candidato priista en hashtags como #MeEscondoEnElBañoComoEPN y #EPNlaIBEROnoTEquiere. Estudiantes que estuvieron presentes en las protestas publicaron videos en la red social YouTube sobre los sucesos ocurridos; sin embargo, Televisa y TV Azteca intentaron minimizar los hechos ofreciendo una cobertura que favorecía al candidato Peña Nieto. Esas acciones de censura serían reclamadas más tarde por el movimiento #YoSoy132.

A partir de ese momento, los días subsecuentes a lo acontecido en la Universidad Iberoamericana, figuraba una especie de bola de nieve cuesta abajo; es decir, que conforme iba avanzando se iba haciendo más y más grande, ya que los estudiantes actuaron de manera rápida para lanzar una convocatoria entre quienes estuvieron presentes y formaron parte de las protestas para hacer un video que sería publicado en YouTube, donde 131 estudiantes se mostraban uno a uno con su credencial y número de estudiante, a manera de replicar lo dicho con anterioridad por parte de los líderes políticos: que no eran estudiantes de la Universidad Iberoamericana.

Televisa y Azteca continuaron con la postura de minimizar las acciones de los estudiantes; sin embargo, la presión comenzó a ser mayor cuando el video realizado por los estudiantes de la UIA empezó a viralizarse a través de las redes sociales en Internet. Twitter fue el espacio donde el video llegó a ser tendencia a nivel mundial, comenzando a llamar la atención de los usuarios de esa red, sobre todo aquellos que simpatizaban con el movimiento de los estudiantes de la Ibero y que en respuesta tuiteaban “#YoSoy132” afirmando así su solidaridad hacia la causa. Así es como comenzó a surgir el movimiento social #YoSoy132.

Conforme iban pasando los días, el movimiento #YoSoy132 logró mayores impactos, al grado que estudiantes de otras instituciones de educación superior, como el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), empezaron a establecer contacto con los alumnos de la UIA para felicitarlos y apoyar su causa, así el movimiento comenzó a tener más solidez, fuerza y la organización que más adelante permitió establecer grandes comitivas que marcharían por las calles de la Ciudad de México para manifestar su repudio a la censura en la cobertura informativa de las televisoras Televisa y Tv Azteca, las cuales no tuvieron otra alternativa que mostrar en sus espacios informativos las principales demandas que encabezaban los jóvenes en las calles.

Pocos pudieron llegar a dimensionar los alcances que en tan pocos días logró este movimiento –declarado como apartidista, plural e incluyente-, el cual marcó un punto importante en la historia político-electoral del país. A veinte días de haber surgido contaba con el apoyo de más de 50 universidades públicas y privadas, la participación de más de 6,500 personas en asambleas y un posicionamiento oficial que dictaba estar "en contra de la imposición de cualquier candidato a la presidencia de la República, en especial de Enrique Peña Nieto." (Galindo y González, 2013: 99).

Como ya se ha comentado anteriormente, el principal elemento que comparten los movimientos sociales en la red ha sido la indignación, y es claro que en el caso de #YoSoy132 la indignación de los estudiantes no fue consecuencia de la visita del candidato presidencial del PRI, Enrique Peña Nieto, sino el hecho de que tanto líderes políticos nacionales y medios de comunicación no hayan reconocido el derecho legítimo a la protesta estudiantil y el cuestionamiento de aquello que les inquieta.

El movimiento de los jóvenes del #YoSoy132 tuvo tanto éxito por los distintos componentes que lo estructuraron. Galindo y González (2013) lo han

denominado como “comunidades estéticas”, donde el joven puede pertenecer y encontrarse con lo alterno a su comunidad de origen, las “comunidades estéticas”:

> “no tienen la fuerza de las comunidades territoriales culturales del adulto (lugar de procedencia, dónde se vive, posición socioeconómica, política, religión, etnicidad, etc.). No son, en buen porcentaje, sólo territoriales y tienen posibilidades constructivas que las territoriales culturales no tienen, por su composición de alteridad. En la medida que el joven se involucra con más y diversas comunidades estéticas, tiene más posibilidades de encontrarse con lo distinto y alterno a sus comunidades familiares y culturales de origen y el mundo puede cambiar. (…) La comunidad estética no tiene las exigencias de las comunidades territoriales pre-modernas: no exigen exclusividad total, el cierre absoluto a sólo un patrón constructivo, un sistema de información e identidad.” (Galindo y González, 2013: 56-57).

Sin embargo, dada la gran libertad con la que cuentan las llamadas “comunidades estéticas”, también existen ciertos riesgos como la volatilidad en cuanto a su conformación y la permanencia de sus miembros; sin embargo, eso no significa una limitante al resto de posibilidades que ofrecen:

> “Los sistemas de comunicación de las comunidades estéticas son muy abiertos, muy inestables, frágiles, pero también son posibilidades, caminos, proyectos. Y en esta novedad está en juego un tejido social que se diversifica, se multiplica, se hace más denso en las conexiones, aunque parezca más débil en los controles y las institucionalizaciones. (…) Los jóvenes actuales tienen más posibilidades de ser y de no ser que nunca antes, pueden moverse en diversos escenarios con distintos rostros, en juegos de rol y de percepción, lo cual los capacita para una vida real que no sólo juega a cambiar, sino que en realidad cambia, y exige actores nuevos capaces de moverse en estos nuevos escenarios plásticos y en transformación permanente. Las comunidades estéticas, en este sentido, son al mismo tiempo un campo de entrenamiento y un nuevo nicho de desarrollo social.” (Galindo y González, 2013: 58-59).

Sin duda, el éxito que tuvo el movimiento #YoSoy132 en gran parte se cimentó en el potencial e infraestructura de Internet y las redes sociales, pues permitieron que los jóvenes establecieran una comunicación más efectiva entre ellos, así como con distintas comunidades y lugares a lo largo del territorio

mexicano, lo que les permitió generar una identidad colectiva en términos de sus sufrimientos y anhelos, rompiendo con las limitantes y controles que tiempo atrás llegaron a ejercer los poderes políticos y fácticos en los movimientos sociales:

> "Lo lograron principalmente a través de esta nueva ecología de Internet, la cual les permitió expresarse, conocerse, comunicarse, coordinarse y activarse rápidamente a lo largo y ancho del país, a pesar de tener a los principales medios de comunicación tradicionales y al partido político más poderoso de México en su contra. Su propio nombre "#YoSoy132" lo refleja, incluyendo el "#" con el cual se etiquetan temas en Twitter, en donde tanto se expandió. Por este medio (Internet) lograron esta conciencia colectiva, este eje de equivalencia de qué los unía y por el cual lucharían. Así juntaron a decenas de miles de participantes en todo el territorio de México y más allá de éste, a más de cien universidades dentro y fuera del país y lograron agitar la escena política como no se había hecho en décadas en materia de solo unas semanas." (Galindo y González, 2013:136-137).

Los autores ya citados, comparten que los jóvenes involucrados en el movimiento #YoSoy132, no sólo compartían sus sufrimientos, sino que también expresaban su alegría y gozo por ser escuchados y reconocidos en lo local, pero también en el contexto internacional. Esta es una realidad que se hace presente a nuestros sentidos, una realidad que a la vez representa una esperanza para las generaciones juveniles del presente y el futuro:

> "Esta juventud no se puede silenciar y eso no lo podían ellos comprender. Esta juventud contaba ahora con una herramienta mucho más poderosa que las armas familiares a estos políticos. Los jóvenes de ahora en adelante contaban con un nuevo sistema de información totalmente distinto a cualquier fenómeno visto en el pasado, contaban con sus redes sociales, con conexiones que les permitirían difundir sus mensajes y unirse a través de todo el país para hacer frente a sus opositores, contaban con la ecología del Internet." (Galindo y González, 2013: 142-143).

2.3 México: uso de TIC y redes sociales en 2012.

En el caso de México, hasta hace algunos años el fenómeno de Internet no representaba mayor importancia para la vida política del país, lo cierto es que en la actualidad las relaciones de poder que sostienen los políticos mexicanos están pasando por un periodo de transición, pues si bien se puede considerar que 2009 fue el año en que las redes sociales debutaron en la arena electoral, fue el tiempo en que candidatos de todos los partidos políticos recurrieron a Twitter y Facebook para abrir una cuenta y lograr mayor acercamiento con los votantes (Benassini, 2013: 24).

Benassini (2013) explica que el factor común que predominó entre los políticos y el uso que daban a sus redes sociales, era que existía una nula comunicación e interacción entre sus seguidores, propiciado en gran parte por la falta de interés para tener una mayor interacción por parte de los actores políticos y la falta de profesionalización en el uso de redes sociales.

Visto desde otra perspectiva, es cierto que la llegada de las redes sociales a Internet ha servido para facilitar la comunicación e interacción entre quienes las integran. Martínez (2012) apunta que tanto Internet como las redes sociales privilegian la información directa, sin intermediarios, teniendo la característica de la inmediatez y en conjunto constituyen un “espacio de conversación e interlocución donde se visibilizan y proyectan hechos de interés personal y colectivo” (Martínez, 2012:6).

No obstante, la entrada de 2012 no significó grandes avances en las redes sociales, pese a que en México representó un año de elecciones presidenciales, pues a decir de Benassini (2013), los candidatos a la silla presidencial rara vez contestaron algún comentario de sus seguidores, por lo que daba lo mismo que estuvieran o no en las redes sociales:

> “Curiosamente, los cuatro candidatos a la presidencia de la República –López Obrador, Peña Nieto, Quadri y Vázquez Mota citados en orden alfabético- siguieron una estrategia similar: un número limitado de tuits indicando sus coordinadas, el éxito de la gira y el triunfo inminente; docenas de imágenes que mostraban profusamente los eventos para que los amigos de Facebook tuvieran una idea más completa de los hechos. Y muy poca comunicación con los seguidores.” (Benassini, 2013:25).

De esta manera, el contexto que se presenta en el país en torno a las redes sociales supone que los políticos siguen sin tener claro aun lo que implica tener seguidores y amigos en Twitter y Facebook respectivamente: “A la usanza de los primeros estudios de comunicación, se les ha visualizado como grupo uniforme que aumenta o disminuye y al que se dirigen como si estuvieran frente a un micrófono o una cámara de televisión” (Benassini, 2013:25).

Bajo esta perspectiva, Martínez (2012) considera que la poca potencialización que se ha dado a las redes sociales, se debe, en parte, a que un aspecto predominante que motiva a los usuarios es el entretenimiento, además de que en el país ha persistido una cultura política vertical y autoritaria, situación totalmente contrastante a cómo se da la interacción en las redes sociales. En este sentido, el autor enlista una serie de puntos a tomar en consideración:

- En nuestro país ha predominado una práctica política donde no se acostumbran el diálogo, la crítica ni el debate público.
- A los actores políticos, las redes sociales les resultan complicadas de aprovechar y digerir, algo inmanejable o ajeno a su ejercicio cotidiano
- Hay nuevos recursos tecnológicos con gran potencial para el diálogo, pero subsisten añejas o viciadas prácticas y costumbres políticas.
- Viejas prácticas con nueva tecnología: cuentas sin seguidores, programas de respuesta automática y acarreados digitales activos.
- Los políticos abren cuentas no para escuchar al ciudadano sino para posicionar su discurso para crearse la ilusión de que llega su mensaje.

- Las herramientas digitales no suponen el impulso de una cultura democrática.
- Las redes están siendo reducidas a soportes propagandísticos o escaparates masivos, no a espacios de diálogo político con los ciudadanos.

Bajo esta percepción, Martínez (2012) deja entrever que aún queda mucho por trabajar en el tema de las redes sociales, pues en ellas reside la posibilidad de orientar o fortalecer agendas y afianzar electores ya convencidos. A continuación se presenta un cuadro de los elementos expuestos por el autor y que pueden considerarse como fortalezas y debilidades en el uso que actualmente dan los políticos a las redes sociales:

Tabla 12. Fortalezas y debilidades en el empleo propagandístico de las redes sociales.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
- Las redes no definen ni determinan elecciones, simplemente tienden a influir en los cauces de la agenda pública. - Podrán influir verdaderamente si son utilizadas como lo que son: herramientas que permiten el diálogo interactivo si la gente aprovecha su potencial.	- La relevancia de las redes también está en que – por falta de regulación- son escenario de la guerra sucia electoral. - Los políticos las aprovechan –redes sociales- no con un afán democrático sino sólo para ganar popularidad y visibilizar su discurso. - Las estrategias proselitistas apuntan meramente a lo propagandístico: el autoelogio y la defensa por encima de todo.
- Si bien al 44% de los jóvenes no les interesa la política, sí son volubles a la imagen pública de partidos y candidatos	- Los equipos de campaña no usan las redes para intercambiar, dialogar o recibir propuestas que sean tomadas en cuenta.

- Las redes sociales no determinan una elección, pero sí pueden incentivar la participación para apoyar la estrategia política convencional	- El fin es claro para los candidatos: sólo emitir consignas propias o atacar a los adversarios.
- Sólo si la elección es definida por un estrecho margen, como en 2006 cuando la diferencia fue ínfima (el 0.55%), las redes podrían jugar un papel protagónico.	- Los usuarios rechazan el proselitismo convencional: demandan nuevas estrategias políticas que atiendan su capacidad dialógica.
- Las redes sociales pueden amplificar la reputación de políticos y candidatos si se aprovechan como un espacio para acercarse al ciudadano común.	
- También pueden servir para vincularse con la gente que no tiene interés en mítines o actos de campaña o que detesta la tradicional forma de hacer política.	

Fuente: elaboración propia con base en información del artículo: "Proselitismo Digital, cifras y asertos en 140 caracteres". (Martínez, 2013).

De ahí que los políticos tiendan a dar un uso típico a las tecnologías de la información, como si se tratara de medios masivos tradicionales como la radio, prensa y televisión; como resultado, insisten en utilizar Internet para promover su imagen, ganar una campaña o preservar el poder; caso contrario ocurre con los ciudadanos a partir del uso de las redes sociales potenciadas en Internet, son capaces de organizarse entre sí, criticar, cuestionar y participar de una manera más activa. (Paz, 2009).

Bajo esta perspectiva, el citado autor comenta que poco a poco es como se irá llegando a la política 2.0, que no es más que dar un uso estratégico a Internet para promover la participación ciudadana con miras a objetivos comunes y

encaminada hacia los fundamentos políticos que dieron origen a la representatividad.

Y es que a través del uso de Internet 2.0 y las redes sociales, es que hoy en día el ciudadano común puede contar con una herramienta que le permita una libre expresión y establecer contacto directo con quienes le representan políticamente (presidentes municipales, regidores, diputados, etc.), de esta manera, a los políticos les es cada vez más difícil no escuchar a los ciudadanos.

> "La red es democrática en sí misma. Todos los navegantes somos esencialmente iguales, por lo cual la tecnologización de los procesos democráticos no debiera ser un trance difícil para el ciudadano (no así para el político, quien se ve obligado a cambiar de paradigma). Mis vecinos, mi colonia, mi ciudad, mi estado… el entorno está visible en Internet y a disposición para participar. Tal es el nuevo contexto de organización ciudadana. Si bien Internet se caracterizó por ser un fenómeno globalizado, hoy, en su versión 2.0, se ha transformado en un medio de personalización de lo colectivo, en donde la transformación nacional tiene sentido a partir de lo local." (Paz, 2009: 19).

De esta manera, se puede afirmar que Internet y las redes sociales han contribuido e impactado de manera positiva la vida de los individuos, claro está que también existe el lado negativo de este tema, como en todo; sin embargo, en este momento la atención se centra precisamente en los alcances y beneficios que el ser humano ha podido lograr a partir del uso de estas herramientas tecnológicas, como el hecho de participar, expresar su voz, cuestionar, exigir, ser críticos, etc. Todo ello ha llevado a que "las Redes Sociales se han convertido en el espacio público por excelencia del siglo XXI, en la moderna ágora de deliberación y confrontación de ideas y opiniones, es una realidad incontrovertible" (Cansino, 2013: 249).

Según Cansino el gran auge que hoy en día tienen las redes sociales, ese lugar donde las personas se conectan entre sí para expresar ideas y compartir contenidos, se debe, en parte, a la crisis que presentan las democracias modernas, dado que los ciudadanos ya no se sienten representados por sus

representantes, al existir un distanciamiento en entre ellos, en donde los intereses de los segundos están por encima de los primeros.

No obstante, la sociedad ha encontrado válvulas de escape ante los descontentos sociales en épocas específicas: “primero fueron los movimientos sociales, luego la sociedad volcándose en las plazas públicas, luego organizándose en ONG’s, y ahora ocupando las Redes Sociales, gracias a la masificación de las nuevas tecnologías de la información” (Cansino, 2013: 254)

Para Cansino (2013) las redes sociales representan un nuevo espacio donde se construye de forma cotidiana la ciudadanía, además de que las redes sociales ayudan a recordar que las democracias no pueden construirse en espacios vacíos, sino en aquellos donde se esté en contacto permanente con la sociedad:

> “Huelga decir que la comunicación que fluye en las Redes Sociales es abierta y libre, pues es un espacio ocupado por los propios usuarios sin más condicionante o límite que su propia capacidad de expresarse. Y no es que las Redes Sociales vayan a ocupar el lugar que hoy ocupa la representación política, sino que la complementa, la estimula, por cuanto sus mensajes y contenidos ya no pueden ser ignorados por los gobernantes so riesgo de ser exhibidos y enjuiciados públicamente en estos modernos tribunales virtuales. De hecho, los políticos profesionales están cada vez más preocupados por el impacto de las Redes Sociales, se saben vigilados, observados, y finalmente intuyen que ya no pueden gobernar a espaldas de la ciudadanía. Muchos quieren entrar en las Redes Sociales, congraciarse con sus usuarios, ser populares, pero no saben cómo hacerlo, pues los usuarios de las redes no se dejan engañar fácilmente, la crítica puede ser implacable” (Cansino, 2013: 254-255).

Bajo este escenario se puede notar que las redes sociales representan hoy en día más que herramientas de interacción meramente social, de entablar lazos con personas que físicamente no se conocen pero que tienen intereses en común. Las redes sociales han llegado también para dar poder al ciudadano, para que éste pueda expresar su sentir, su inquietud, no sólo a su representante político,

sino también a cientos o miles de ciudadanos como él. Esto es establecer una comunicación horizontal, libre y entre pares.

Esto último se ha observado de manera muy clara en el surgimiento de los movimientos sociales a partir de las redes sociales en Internet, los cuales más que significar grupos de personas “acarreadas”, “rebeldes” o “porros” como se les ha llegado a identificar en los diferentes contextos sociales, son producto de la indignación que viven.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.

El presente apartado tiene como propósito establecer el marco metodológico de la investigación. Dados los objetivos y características de la misma, se optó por el método de investigación social aplicada del “estudio de caso”, el cual se enuncia a continuación.

3.1 EL ESTUDIO DE CASO.

De acuerdo con Robert K. Yin (2009), el método de investigación del estudio de caso representa toda una gama para cubrir distintos temas de estudio; sin embargo, el autor centra su atención en cuatro pasos a seguir -considerados los más desafiantes- para realizar estudios de caso:

Paso 1: Definición y selección del caso o los casos para el estudio de caso.
Paso 2: Usar múltiples casos como parte del mismo estudio de caso.
Paso 3: El fortalecimiento de las pruebas utilizadas en el estudio de caso.
Paso 4: Analizar la evidencia del estudio de caso.

Pese a que Yin (2009) reconoce la existencia de otros pasos que también son importantes, señala que los cuatro anteriormente planteados ayudan a llevar a cabo estudios de caso de alta calidad, apropiados para la realización de una tesis, evaluaciones, estudios de caso de escenarios naturales o de investigaciones cuyo estudio esté basado en la teoría o en casos basados en normas.

3.1.1 Paso 1: Definición y selección del estudio de caso.

Yin (2009) señala en este primer paso, que para definir y seleccionar un estudio de caso se deben atender consideraciones prácticas y de fondo. Respecto a las primeras, el autor quiere decir que el investigador debe dedicar un tiempo considerable para el estudio de caso, en el que deberá tomar en cuenta la calidad o pertenencia de los datos del estudio de caso; por ejemplo: limitaciones o nulo acceso entrevistas con personas de interés, contenidos inútiles e irrelevantes en fuentes de evidencia documental o retrasos significativos en la actualización, conjuntos o bases de datos. Todas estas situaciones deben ser investigadas previo a iniciar el estudio de caso.

En segundo lugar, las consideraciones de fondo, Yin (2009) invita al investigador a pensar qué hace un caso especial, la clave es que la respuesta cumpla con la condición de cubrir algún suceso o condición distintiva (como la creación y confirmación de un nuevo procedimiento médico, apariciones y consecuencias de desastres naturales, una elección política fundamental), tales ejemplos son propensos a ser notables circunstancias, según el autor. Agrega que para llevar a cabo un estudio de caso especial, es necesario contar con un marco convincente, sea éste histórico o una idea sociológica, ya que estos elementos sentarán las bases del estudio de caso que hará una contribución significativa a la literatura. De esta manera se logrará el propósito de los estudios de caso, desarrollar nuevo conocimiento acerca de los procesos y resultados basados en los hechos del propio caso.

3.1.2 Paso 2: Usar múltiples casos como parte del mismo estudio de caso.

En este punto, Yin (2009) señala que pese a que el estudio de caso clásico se ha basado en casos individuales, es probable que sea más fuerte si se basa en dos o más casos. Precisa, además, que si se opta por un estudio de caso de “dos casos”, éste podría producir hallazgos similares o resultados contrastantes. Para

el estudio de caso que tiene más de dos casos, es decir, múltiples casos, se amplía la cobertura del estudio, por lo que es necesario considerar las ventajas y desventajas de éstos.

3.1.3 Paso 3: El fortalecimiento de las pruebas utilizadas en el estudio de caso.

Para este punto, el autor destaca que el método de estudio de caso no está limitado a un solo tipo de evidencia o datos, pues tanto cualitativos como cuantitativos podrían ser relevantes y formar parte del estudio de caso:

> "Estos datos diferentes vendrán como resultado del uso de diferentes fuentes y técnicas, tales como grupos focales, etnografías, observación participante, entrevistas clave, pruebas documentales, el acceso a los documentos de archivo, observaciones directas en el campo, y las encuestas. Su estudio de caso puede recurrir a una combinación de tales técnicas, implicando con ello una combinación de datos cualitativos y cuantitativos."[37]

Yin (2009) señala que el propósito es usar diferentes tipos de evidencia para triangular o converger en la pregunta de investigación, de ser así, asegura que los hallazgos serán menos abiertos a las críticas y sesgados que si se opta por un solo método de recopilación de datos.

Para la presente investigación se optó por la técnica de entrevista abierta con especialistas en Ecología de los Medios y redes sociales. Yin (2009) define de la siguiente manera la entrevista abierta:

> "Estas entrevistas ofrecen el material más rico y más amplio que los datos de las encuestas y en especial de las porciones estrechas que componen los instrumentos de la encuesta. En apariencia, las partes abiertas de las encuestas pueden parecerse a entrevistas abiertas, pero estas últimas son por lo general menos estructuradas y puede incluso suponer una manera conversacional (…) Las

[37] En el original: "These different data will come as a result of using different data sources and techniques such as focus groups, ethnographies, participant observation, key interviews, documentary evidence, access to archival records, direct observations in the field, and surveys. Your case study may call on a combination of such techniques, thereby involving a combination of qualitative and quantitative data." (Yin, 2014, 31 de Julio). [Traducción a cargo de la autora].

ideas adquieren aún más valor si los entrevistados son personas clave en las organizaciones, comunidades o pequeños grupos en estudio, no sólo los miembros de la media de dichos grupos."[38]

Agrega que las entrevistas abiertas también son conocidas como entrevistas de "élite", por lo que es necesario que los investigadores logren acceso a esas élites.

Así pues, las entrevistas abiertas, pruebas documentales, observación de campo, bases datos, encuestas, etc. representan diferentes tipos de evidencia que se pueden utilizar en los estudios de caso y la integración de cada una de ellas permitirá converger o complementar la evidencia de otras fuentes.

3.1.4 Paso 4: Analizar la evidencia del estudio de caso.

Yin (2009) señala que llevar a cabo el análisis de los estudios de caso es una tarea difícil, ya que los procedimientos de análisis no están sujetos a fórmulas como en otros métodos de investigación, y la ausencia de una rutina estricta permite al investigador decidir sobre los procesos fundamentales en el análisis de los datos del estudio de caso; por ello recomienda al investigador documentar cuidadosamente los procedimientos utilizados.

En cuanto al análisis, el autor indica la necesidad de contar con una estrategia de análisis por parte del investigador, e identifica cuatro técnicas analíticas:

1.- Comparar los patrones esperados y reales: se basa en un procedimiento de reconocimiento de patrones, donde la técnica de

[38] En el original: "These interviews offer richer and more extensive material than data from surveys and specially the close-ended portions of survey instruments. On the surface, the open-ended portions of surveys may resemble open-ended interviews, but the latter are generally less structured and even may assume a conversational manner. The insights gain even further value if the interviewees are key persons in the organizations, communities, or small groups being studied, not just the average member of such groups." (Yin, 2014, 31 de Julio). [Traducción a cargo de la autora].

coincidencia de patrones específicos dependerá de la naturaleza de los datos; es decir, se debe enfrentar un conjunto de resultados empíricamente observados o medidos contra los que se había previsto antes de la recolección de datos.

2.- Utilización de pruebas para construir una explicación: busca abordar el "cómo" y "por qué". Trata de explicar en forma retrospectiva un evento cuyo resultado ya se conoce.

3.- Determinar y recolectar eventos clave, cronológicamente: considerada como una estrategia más sencilla y aplicable a muchos estudios de caso. Basa su principio en explicar una serie de eventos, en la que un primer evento afirma ser la causa de un segundo, antes de que este ocurra. Indica que los datos cronológicos son suficientemente valiosos, ya que en la etapa de análisis de los datos las cronologías pueden conducir a ideas sorprendentes.

4.- Construir y probar modelos lógicos: ayuda en la evaluación de intervenciones para producir un resultado determinado, la mayoría de las intervenciones se refieren a cadenas complejas de eventos; es decir, actividades iniciales que tienen un resultado inmediato, que a su vez producen un resultado intermedio y éste a su vez produce un resultado final. De ahí que esta herramienta exija una conceptualización explícita o cadena de acontecimientos.

3.2 El tema de investigación en el estudio de caso.

Una vez que se ha sustentado el método de investigación social aplicada del estudio de caso, se considera necesario hacer una representación gráfica del proceso y operacionalización que seguirá el curso de la presente investigación en esta etapa metodológica:

Tabla 13. Ilustración de los cuatro pasos aplicados al estudio de caso de la investigación.

Paso 1: Definición y selección del caso o los casos para el estudio de caso.	El papel que jugaron las redes sociales digitales en la elección presidencial 2012 del candidato EPN.
Paso 2: Usar múltiples casos como parte del mismo estudio de caso.	Elección Obama 2008, Primavera Árabe, Indignados de España, Occupy Wall Street y #Yosoy132
Paso 3: El fortalecimiento de las pruebas utilizadas en el estudio de caso.	Combinación de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas (entrevistas abiertas con especialistas clave de la MEA, pruebas documentales y datos estadísticos sobre la elección presidencial 2012 del candidato EPN y el uso de redes sociales).
Paso 4: Analizar la evidencia del estudio de caso.	La estrategia de análisis a seguir es: "Determinar y recolectar eventos clave, cronológicamente" aplicados a los tres momentos clave de análisis: Inicio de la campaña, mitad (aparición del movimiento político-estudiantil #yosoy132) y días previos a la elección

En resumen, se trata de que el estudio de caso de la presente investigación pueda en cierto momento contar con elementos cualitativos y cuantitativos que permitan el cruce de información, para dar paso a la etapa de las conclusiones. En este sentido, será importante analizar y comparar la información obtenida del propio marco teórico en conjunto con la recopilada en las entrevistas con elementos clave

de la MEA y los datos estadísticos de la elección presidencial 2012, enfocados en el uso de redes sociales del candidato Enrique Peña Nieto.

3.3 Descripción de los cuatro pasos aplicados al estudio de caso de la investigación.

En este apartado se intentará ir explicando de manera más detallada los cuatro pasos aplicados al estudio de caso de la presente investigación.

Para responder el *paso número uno*, se consideró que la definición y selección del estudio de caso en torno al papel que jugaron las redes sociales digitales en la elección presidencial 2012 del candidato Enrique Peña Nieto, obedece a que dicha elección marcó un referente en el uso de redes sociales digitales como no había ocurrido antes en la historia de México. De acuerdo al Instituto de Comunicación Política[39], entre 2009 y 2013 el uso de redes sociales en México aumentó de 69% a 85%, por lo que esta situación hace que el estudio de caso sea especial.

En cuanto al *paso número dos*, se optó por recurrir a múltiples casos relacionados al uso de las redes sociales digitales que jugaron un papel relevante en un proceso electoral para impulsar la propuesta de un candidato, o bien, que expresaron el sentir y la indignación de ciudadanos alrededor del mundo, mediante el análisis de cifras y estadísticas halladas en diversos sitios web de universidades, revistas científicas y de noticias que más adelante se detallarán; se trató de la elección presidencial de Estados Unidos en 2008 que llevó a Barack Obama a la victoria. Por otra parte, el caso de los movimientos de indignación en el mundo como *La Primavera Árabe*, *Los Indignados de España*, *Occupy Wall Street* y el movimiento estudiantil *#Yosoy132.*

En el tercer paso, además de considerarse los datos estadísticos de los tres momentos clave del proceso electoral del candidato EPN, se recurrió a la

[39] Véase el sitio de Facebook del Instituto de Comunicación Política. Disponible en: https://www.facebook.com/ICPIberoamerica/photos/a.166614276711973.30723.166581710048563/801391666567561/?type=1&theater Fecha de consulta: 28 de agosto de 2014

realización de entrevistas abiertas con especialistas de la Ecología de los Medios, en total se realizaron siete entrevistas “élite” a investigadores de distintas Universidades de Estados Unidos y Canadá:

- Bob Logan, University of Toronto (Toronto, Canadá)
- Eric McLuhan, Académico Independiente
- Joshua Meyrowitz, University of New Hampshire (Durham, E.U.)
- Lance Strate, Fordham University (Nueva York, E.U.)
- Mike Plugh, Fordham University (Nueva York, E.U.)
- Niall Stephens, Framingham State University (Massachusetts, E.U.)
- Susan Barnes, Rochester Institute of Technology (Nueva York, E.U.)

La guía de preguntas que se aplicó a Joshua Meyrowitz, Lance Strate, Mike Plugh, Niall Stephens y Susan Barnes estuvo basada en siete cuestionamientos relacionados con las redes sociales a partir del enfoque de la Ecología de los Medios. Las preguntas formuladas fueron las siguientes:

1. ¿Qué es la ecología de los medios?
2. ¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?
3. ¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la ecología de los medios?
4. En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la ecología de los medios?
5. ¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías (como decía Postman, se trata de que nosotros utilicemos las tecnologías, no de que ellas nos utilicen a nosotros)?
6. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

7. ¿Es posible a partir de la ecología de los medios acceder a una reconstrucción del tejido social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

En el caso de Bob Logan y Eric McLuhan, las preguntas se formularon de forma más específica, con base en la información documental plasmada en el primer capítulo de esta investigación, por considerarse que de esta manera la aportación sería mayor por parte de los investigadores. Las preguntas formuladas a Bob Logan fueron las siguientes:

1. En su libro *"What is information?"* Usted habla sobre la existencia de nuevas formas de comunicar como el lenguaje oral al escrito debido a que existía una sobrecarga de información y límites de memorización del humano, hoy en día hay quienes dicen que Internet es una sobreexposición de información, por lo tanto hacia dónde evolucionará el lenguaje y uso de Internet desde esta perspectiva del conocimiento?

2. Si de acuerdo a McLuhan la información eléctrica rompió los monopolios del conocimiento que la escritura creó, entonces ¿podríamos decir que Internet tiene esa misma capacidad de romper los monopolios creados por la televisión?

3. Si tomamos en cuenta que la tecnología evoluciona por descendencia, modificación y selección y que no hay manera de predecir la evolución de la tecnología ¿qué elementos podríamos entonces rescatar para tratar de visualizar un escenario a futuro de la evolución de la tecnología? O, Si esto es imposible ¿Por qué lo es?

4. Usted habla de la existencia de seis lenguajes distintos (habla, escritura, matemáticas, ciencia, informática e Internet) como parte de una cadena evolutiva, siguiendo esta lógica ¿podríamos decir que es probable el surgimiento de un séptimo lenguaje? ¿desde esta perspectiva hacia dónde vamos?

5. Platíqueme más sobre el proyecto del S-book ¿Qué alcances y limitaciones ha tenido en este tiempo? ¿Cómo ha sido percibido por los lectores? ¿Cuál ha sido su impacto?

Las preguntas formuladas a Eric McLuhan fueron:

1. Tomando como referencia el concepto de la aldea global, ¿realmente considera que hemos llegado a la fase final de las extensiones del hombre o todavía se puede llegar a una extensión más amplia de los sentidos y nervios por otros medios de comunicación?

2. Si bien Marshall McLuhan estudiaba cuidadosamente la tierra del futuro – que es el pasado y el presente- (the idea of reversal as a technique to understand the future) ¿A qué deberíamos poner más atención hoy en día para comprender/ predecir mejor el futuro de los nuevos medios?

3. En el libro *"Understanding Media"* Marshall McLuhan señalaba que el lenguaje además de ser una extensión y ampliación del individuo también divide sus facultades. En ese sentido, si Internet es considerado por Logan como "el sexto lenguaje" ¿Qué implicaciones positivas y negativas representa Internet para el ser humano si lo comparamos con el lenguaje oral. ¿Estaría contribuyendo Internet a la inteligencia humana tal y como lo hizo el lenguaje oral en su momento?

Asimismo, se envió un cuestionario a la coordinadora de estrategia y campaña digital del candidato EPN, Alejandra Lagunes Soto Ruiz, el cual contenía las siguientes preguntas. Ella, sin embargo, nunca dio respuesta:

1. Como sociedad y como gobierno ¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales digitales)?

2. En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales hoy en día?

3. ¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales visto desde el punto de vista político-gubernamental?

4. ¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías?

5. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

6. ¿Es posible a partir del uso de las llamadas nuevas tecnologías acceder

a una reconstrucción del tejido social, en el cual los medios y las propias tecnologías juegan un papel fundamental?

7. En caso de ser posible, ¿Cuál sería el compromiso por parte de los gobiernos para lograr ese objetivo (reconstrucción del tejido social)?

Finalmente, para el *paso número cuatro* se analizaron cronológicamente los datos estadísticos respecto al número de seguidores de los tres momentos clave de las redes sociales digitales durante el proceso electoral del candidato EPN: inicio, mitad (que prácticamente coincide con el surgimiento del movimiento estudiantil #yosoy132) y días previos a la elección del 1 de julio de 2012, particularmente las redes sociales Twitter y Facebook.

Capítulo 4 Resultados.

Una vez que fue establecida la importancia del estudio de caso, al señalar que debido a un incremento en el porcentaje del uso de redes sociales en el periodo de análisis que comprende el proceso electoral presidencial 2012, se establecen los siguientes resultados relacionados a los múltiples casos enunciados en el *paso número dos* del apartado metodológico:

4.1 Casos de uso de redes sociales en procesos electorales y movimientos sociales en el mundo.

Este apartado tiene por objetivo analizar los distintos casos de movimientos sociales y procesos electorales alrededor del mundo que recurrieron al uso de redes sociales, como Facebook y Twitter: el movimiento Occupy Wall Street en Estados Unidos, La Primavera Árabe originada en Túnez y Egipto, Los Indignados de España en Madrid, el caso de la campaña presidencial de 2008 de Barack Obama, y el movimiento #Yosoy132 en México.

4.1.1 El caso del movimiento Occupy Wall Street.

El movimiento *Occupy Wall Street* comenzó el 17 de septiembre de 2011 en las calles de Nueva York, en Estados Unidos, como una respuesta a 30 años de una lucha de clases motivada por la indignación de la gente a causa de la injusticia económica (Chomsky, 2012).

Las redes sociales Facebook y Twitter fueron un gran impulsor del movimiento. Las investigadoras Neal y Sarah (2011) del Departamento de Sociología de la Universidad de Carolina del Norte, reportaron que desde sus inicios el movimiento se fue extendiendo a distintos lugares alrededor del mundo a través de más de 400 páginas en Facebook que incluían al menos una página por

cada uno de los 50 estados de Estados Unidos, y que sirvió para la organización de protestas y marchas que se oponían al sistema político y económico existente.

El estudio además reveló –con base en datos de Facebook- que los grupos del movimiento reclutaron más de 170 mil usuarios activos de Facebook y consiguió más de 1.4 millones de “me gusta” en apoyo. Asimismo, reveló que a poco más de un mes de su origen, el 22 de octubre las páginas de Facebook relacionadas con *Occupy Wall Street* habían acumulado más de 390 mil “me gusta” y además se habían producido un millón 170 mil 626 mensajes o comentarios relacionados con esas páginas.

Entre los principales usos que admitió Facebook dentro del movimiento, se incluía el reclutamiento de personas y la captación de recursos para las actividades del movimiento, además del intercambio de información y la narración de historias. Si bien el principal propósito de *Occupy Wall Street*, era movilizar a las personas en las calles (fuera de línea), las actividades en línea; es decir, a través de Internet, facilitaron en gran medida esos esfuerzos.

Sin mencionar cifras, el estudio revela que respecto a Twitter, los periodos que alcanzaron su punto máximo en el uso de los dos hashtags asociados con el movimiento *Occupy Wall Street* #OWS y #Occupywallstreet, fueron el 1 de octubre con más de 700 individuos que fueron arrestados en el puente de Brooklyn y el 15 de octubre, cuando ocurrieron cientos de protestas alrededor del mundo. El reporte destaca que el uso de esos hashtags estuvo fuertemente asociado con interacciones entre la policía y los manifestantes.

Otra investigación de la Escuela de Informática y Computación de la Universidad de Indiana publicada el uno de julio de 2013 en la edición española de la Revista *Scientific American* (Investigación y Ciencia) analizó la presencia en Twitter del movimiento *Ocuppy Wall Street* (OWS) durante un periodo de 15

meses; comprendido desde tres meses antes de iniciarse las protestas, hasta un año después.[40]

Durante los 15 meses que los investigadores centraron su estudio, analizaron todos los tuits publicados con las etiquetas #ocuppy y #ows, lo cual les proporcionó un corpus de 1.8 millones de mensajes redactados por unos 450 mil usuarios diferentes, encontraron que durante los primeros dos meses posteriores al inicio del movimiento se emitieron 10 mil tuits cada 12 horas y un año después el tráfico disminuyó su magnitud.

Como conclusión, el estudio señaló que en la red social Twitter, el movimiento *Occuppy Wall Street* pareció haber surgido a partir de un grupo de usuarios que tenían ya conexiones previas y que manifestaban un interés considerable hacia los asuntos relacionados con la política, sin embargo, el movimiento pareció no haber modificado ambos aspectos; no obstante, los investigadores señalaron que sus resultados no podían interpretarse como un fracaso general del movimiento, ya que éste logro llevar al debate público numerosos temas relacionados con las desigualdades económicas en Estados Unidos.

4.1.2 El caso del movimiento de La Primavera Árabe.

La Primavera Árabe tuvo su origen en Túnez a finales de 2010 y al igual que el movimiento Occupy Wall Street surgió por la indignación de los ciudadanos en contra del gobierno y la clase política:

> "Indignación provocada por la rabia ante la complicidad que percibían entre la élite financiera y la élite política y que estalló por la reacción emocional que causó algún

[40] Con base en lo expuesto por el sitio web http://www.investigacionyciencia.es/noticias/la-evolucin-digital-del-movimiento-occupy-wall-street-11243 "Los investigadores se centraron en tres aspectos: el volumen de tráfico asociado de manera explícita al movimiento, los posibles cambios en los intereses políticos de los usuarios que participaron en su difusión, y el número de conexiones personales surgidas entre ellos. El estudio concluye que, un año después de su inicio, los parámetros analizados habían vuelto a valores casi idénticos a los de los meses anteriores a las protestas" Fecha de Consulta: 30 de septiembre de 2014

> acontecimiento insoportable. Y fue posible por la superación del miedo mediante la unión forjada en las redes del ciberespacio y en las comunidades del espacio urbano." (Castells, 2012: 38)

El encargado de cambiar el destino del mundo árabe fue un hombre de 26 años, llamado Mohamed Buazizi, vendedor ambulante que decidió prenderse fuego en la pequeña ciudad de Sidi Buzid perteneciente al centro de Túnez, la mañana del 17 de diciembre de 2010, como medida de protesta ante la repetida y humillante confiscación de su puesto de frutas por la policía local, a quien se negó a pagar un soborno, todo ello dio paso a una revuelta popular que terminó con el derrocamiento del dictador Ben Alí, tras 23 años de mandato. (Castells, 2012).

Por su parte, el "Foro sobre la eficacia del Desarrollo de las OCS",[41] que tomó como caso de estudio los "medios sociales de comunicación y la primavera árabe", señaló que aunque esa situación se ha dado en otros contextos, la Primavera Árabe tuvo como novedad el uso masivo de los medios sociales de comunicación, los teléfonos celulares y la televisión por satélite, como herramientas que contribuyeron a la unión de grupos procedentes de Marruecos, Egipto, Túnez, Libia, Siria, Bahréin y Yemen, todos ellos teniendo como causa común desafiar el control del estado y evitar los medios de comunicación convencionales.

En cuanto a cifras, el foro destaca que durante el punto más álgido de las protestas en la ocupación de la plaza Tahrir en el Cairo, Twitter registró hasta 45 tweets por minuto, la mayoría de ellos en inglés, lo que significó una atención mediática inmediata y ser visibles a nivel mundial.

Cabe destacar que a través de las redes sociales, se proporcionaba información a los manifestantes sobre cómo actuar frente a las fuerzas de

[41] Véase "Foro sobre la eficacia del Desarrollo de las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)" Disponible en: http://cso-effectiveness.org/IMG/pdf/120109-of-advocacy-toolkit-es-web-2.pdf Fecha de Consulta: 30 de septiembre de 2014

seguridad, mapas de reunión para protestas y consejos de qué hacer en caso de ser atacados con gas lacrimógeno, ante esta situación, los gobiernos intentaron reprimir las protestas en Túnez mediante el bloqueo de sitios de redes sociales y la desactivación de todos los sistemas de comunicación en Egipto, lo cual únicamente aumentó el descontento de los manifestantes.

Un aspecto importante a resaltar, fue el alcance limitado de los usuarios de internet durante el desarrollo de *La Primavera Árabe*. De acuerdo a Manrique y Mikail (2011) en Túnez, sólo 33.9% de la población era usuaria de internet, mientras que en Egipto era 24.5%, aunque el uso de teléfonos móviles era mucho mayor, 83.3% entre los tunecinos y 50% entre los egipcios. Túnez contaba sólo con dos millones de usuarios de Facebook y se estimó que mientras estalló la revuelta, twitter sólo tenía 200 suscriptores activos, los autores señalan que según palabras de los activistas egipcios, eso se debía a que “Facebook se usaba para programar las protestas, Twitter para coordinarlas y YouTube para contarlo al mundo”. (Manrique y Mikail, 2011: 2).

Los hashtag #jan25 y #Tahrir no tuvieron una gran masa de seguidores en Egipto, pero a nivel mundial su impacto fue considerable, ya que los jóvenes egipcios utilizaron las redes sociales para expresar su frustración por la situación económica y política, y pudieron contactar con otras personas que también estaban descontentas.

Manuel Castells (2012) relata que “en menos de dos años tras el lanzamiento de la versión árabe de Facebook en 2009, el número de usuarios se triplicó, llegando a cinco millones en febrero de 2011” (:69), haciendo hincapié en que durante los meses de enero y febrero, cuando dio inicio la revolución, se añadieron 600 mil nuevos usuarios.

En su libro *Redes de Indignación y Esperanza,* Castells (2012) destaca que las redes sociales jugaron un papel importante en la revolución egipcia, ya que los

manifestantes grababan los acontecimientos con sus teléfonos móviles y los compartían con el resto del mundo a través de YouTube y Facebook, y a menudo lo hacían en tiempo real. Los activistas planeaban sus protestas a través de Facebook, las coordinaban mediante Twitter, las divulgaban a través de mensajes de texto en sus teléfonos móviles y las transmitían al mundo en Youtube.

De acuerdo con González del Miño (2012) quien cita datos del informe 2012 de la *Dubai School of Government*, Egipto llegó a ser el tercer país árabe con mayor número de usuarios en Twitter: 131 mil 204 hasta el 30 de marzo de 2011. Durante el periodo que comprende del mes de marzo a abril del mismo año, #egypt y #jan25 fueron los hashtags más usuales durante las revueltas árabes, alcanzando 1 millón 400 mil y 1 millón 200 mil menciones respectivamente, ambas relacionadas con Egipto. Además del 1 al 30 de septiembre de 2011 se generaron 6 millones de tweets en Egipto, 45% en inglés, 48% en árabe y 7% en otros idiomas.

En cuanto a Facebook, el número de usuarios en los países árabes ascendía a 43 millones hasta septiembre de 2011; de los cuales, Egipto contaba con ocho millones, 791 mil 800; Túnez con dos millones 750 mil 160 y Siria con un millón, 381 mil, 461. Durante ese periodo, la penetración de Facebook en la población egipcia era del 12.7%; la de Túnez era 28.1% y Siria 12.2%, según cifras del sitio web Mashable.com.[42]

4.1.3 El caso del movimiento de Los Indignados de España.

En el libro *Redes de Indignación y Esperanza* (2012) Manuel Castells, destaca los principales factores que desencadenaron el surgimiento del movimiento *Los indignados de España*, también conocido como *15-M*, un movimiento que no tenía un programa ni organización formal, pero cuyos

[42] Véase *How the Arab World Uses Facebook and Twitter [INFOGRAPHICS].* Disponible en: http://mashable.com/2012/06/08/arab-world-facebook-twitter/ Fecha de consulta: 30 de septiembre de 2014.

integrantes se mostraron contra los banqueros y especuladores, rechazando pagar las consecuencias de una crisis financiera de la cual no eran culpables, aunado a un profundo sentimiento de injusticia, a la oposición unánime de recortes presupuestarios por parte del gobierno. En lugar de eso pedían mayores impuestos para los ricos y grandes empresarios, así como la defensa a sus derechos a la educación, vivienda y trabajo digno.

Las principales características del movimiento 15-M según Castells (2012) fueron:

- La convocatoria no estaba apoyada por ningún partido político, sindicato ni asociación de la sociedad civil, y los medios de comunicación la ignoraron.
- Se difundió primeramente en redes sociales de Internet, Facebook, Twitter, Tuenti, etc.
-El 2 de marzo convocaron a los ciudadanos para que manifestaran sus protestas en las calles el día 15 de mayo con el slogan "¡Democracia real YA! Toma la calle. No somos mercancía en manos de los políticos y banqueros".
- El 15 de mayo decenas de miles de personas se manifestaron en Madrid (50,000), Barcelona (20,000), Valencia (10,000) y otras 50 ciudades de manera pacífica, sin incidentes graves.
- El 23 de julio hubo una manifestación de 250 mil personas que reafirmó en la Puerta del Sol la determinación del movimiento de mantener la lucha por la democracia y contra la injusta gestión de la crisis económica.
- Se calculó la participación en un mínimo de 2.2 millones de personas, y la afluencia a las protestas aumentó entre mayo y octubre.

En 2011, el Instituto Universitario de Investigación, Biocomputación y Física de Sistemas Complejos de la Universidad de Zaragoza (España) realizó un

estudio sobre el proceso de propagación de la información en torno al movimiento 15-M, tomando como base de análisis Twitter.[43]

Durante el periodo analizado, entre el 25 de abril y el 26 de mayo de 2011, encontraron 70 palabras clave relacionadas con el movimiento: #Nonosvamos #democraciarealya, fueron de las primeras que se crearon, seguidas por el genérico #15M en alusión a la fecha de la primera concentración del movimiento en las calles. Otras palabras clave o hashtags ocurridas posteriormente durante la manifestación de personas en la Puerta de Sol en Madrid fueron #acampadasol, la cual se replicó de manera inmediata en el resto de la geografía española, dando lugar a #acampadabcn #acampadavlc, #acampadagranada, #acampadazgz, #acampadabilbao, etc. hasta llegar al hasgtag #globalcamp. Durante dicho periodo, se detectaron 581 mil 749 mensajes en Twitter, provenientes de 87 mil 569 usuarios.

El 20 de mayo de 2011, la consultora española especializada en social media *Vipnet360* realizó un análisis en línea a través de su plataforma *iSonar* para dar una idea de la magnitud del movimiento 15-M en las redes sociales.[44]

El estudio realizado analizó datos de páginas de Facebook y fans existentes hasta el 19 de mayo de 2011 hasta las 19:00 horas, y los tweets publicados entre el 11 y el 18 de mayo del mismo año y el número de seguidores hasta el 19 de mayo de 2011 a las 19:00 horas.

Respecto a Facebook, destaca el significativo caso de la página *Democracia real Ya!*, que en ese momento contaba con más de 180 mil seguidores con un ritmo de crecimiento de más de mil por hora al momento del

[43] Véase Instituto Universitario de Investigación, Biocomputación y Física de Sistemas Complejos, Universidad de Zaragoza Disponible en: http://15m.bifi.es/index.php Fecha de consulta: 3 de octubre de 2014.
[44] Véase *El Movimiento 15-M crece espectacularmente con las redes sociales como caldo de cultivo.* Disponible en: http://www.vipnet360.com/democracia-real-ya/ Fecha de consulta: 3 de octubre de 2014.

análisis de Vipnet360. El estudio refiere que los comentarios de esta página llegaron a recibir hasta dos mil “me gusta”. Otras páginas con importante número de seguidores fueron: Juventud sin futuro (casi 30 mil amigos), Movimiento 15M (casi 10 mil amigos) y varias páginas con el título Indignados que no superaban los mil amigos.

Además, llamó la atención la creación de otras páginas de apoyo en el extranjero, destacando Sydney, Londres, Bruselas, Hamburgo, Chile, México y Austria por mencionar algunos.

En cuanto a Twitter, se detectó un especial protagonismo, de acuerdo al estudio, en horas centrales del día se llegaron a registrar hasta 250 tweets por hora que mencionaban a “Democracia real ya!” y otros 160 que hacían mención a “Toma la plaza”. El número de seguidores osciló en torno a 30 mil.

Durante una entrevista que Manuel Castells concedió a la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE) el 28 de junio de 2013,[45] señaló que el movimiento de Los Indignados de España o 15-M, había servido de inspiración al mundo, sobre todo al mundo occidental, luego de que los españoles representaron una posibilidad de la expresión autónoma de la población que sirvió como ejemplo e inspiración al movimiento Occupy Wall Street en Nueva York.

4.1.4 El caso de la campaña presidencial de 2008 de Barack Obama.

El uso de las redes sociales durante la campaña presidencial de Barack Obama en agosto de 2008, significaron herramientas clave para conseguir la victoria, luego de que Ben Self, creador de la estrategia digital, consiguió recaudar

[45] Véase Entrevista Las Redes Sociales Ayudan al Cambio Social. Disponible en: http://www.rtve.es/alacarta/videos/para-todos-la-2/para-todos-2-entrevista-manuel-castells-indignados-redes-sociales/1903111/ Fecha de consulta: 15 de octubre de 2014.

para Obama 500 millones de dólares a través de Internet, según lo establece Ana Polo (2009), académica de la Sttafordshire University.

Una de las piezas fundamentales de la campaña *online,* según Polo, fue que los esfuerzos se centraron en aportar información actualizada a todos sus seguidores, de ahí que el blog de Obama se actualizara por lo menos 12 veces al día y los más de dos mil videos en YouTube que lograron 15 millones de visitas.

La página de Facebook de Obama consiguió tres millones de personas adscritas y dos millones más a través de su propia red social, MyBarackObama.com, sin pasar por alto los 13 millones de direcciones de correo electrónico y los 2 millones de e-mails que se enviaron durante toda la campaña. Todo ese trabajo estratégico sirvió en mucho para que Obama ganara la elección y fuera reconocido como el primer presidente del *social media*, título que le concedió *Los Ángeles Times* en su publicación del 18 de noviembre de 2008[46].

De acuerdo con el sitio www.magis.iteso.mx del ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, la campaña electoral de Obama en 2008 en Estados Unidos fue acorde con la concepción de la aldea global (término que introdujo Marshall McLuhan): *keep it real, keep it local*, donde las redes sociales, Internet, la viralidad y la propaganda estuvieron en sintonía para lograr movilizar a los votantes y recaudar fondos.

El sitio refiere que si bien no se pudo saber con exactitud cuántos de los más de 66 millones de votos que Obama obtuvo en la elección procedieron de Internet, lo cierto es según una encuesta realizada por el Centro Pew, 46% de los estadounidense dijo haber utilizado nuevos medios para informarse, compartir puntos de vista o movilizar a otras personas.[47]

---

[46] Véase http://latimesblogs.latimes.com/technology/2008/11/obama-the-first.html Fecha de consulta: 3 de octubre de 2014.

[47] Véase Las redes de Obama (o de cómo internet acercó a los votantes) Disponible en: http://www.magis.iteso.mx/node/275%20/ Fecha de consulta: 3 de octubre de 2014.

4.1.5 El caso del movimiento #YoSoy132.

El movimiento #YoSoy132 es, de acuerdo con Galindo y González (2013), un movimiento social juvenil político, que nació tras una visita del entonces candidato del PRI-PVEM, Enrique Peña Nieto, a la Universidad Iberoamericana (UIA) en la Ciudad de México, donde fue enfrentado por un grupo de estudiantes, quienes más tarde fueron objeto de descalificaciones y cuestionamientos por los medios de comunicación y políticos del PRI y el PVEM. En respuesta los estudiantes publicaron un video en YouTube, el cual dio inicio al movimiento #YoSoy132.

Galindo y González destacaron que lo ocurrido en la UIA detonó algo que ya estaba ahí, y que no era político en el sentido del discurso analítico del siglo XIX y principios del siglo XX, sino cultural y social, pues el elemento central del estallido fue el sentimiento de "violación" a un orden estético[48] de la población, por lo que no se trató de un movimiento en contra de EPN. Fue un movimiento ante todo de indignación "porque hay percepciones intensas que insultan a los jóvenes, experiencias y anhelos que los unen y que existen medios de propagación totalmente desconocidos por la inmensa mayoría de líderes, los cuales poseen gran capacidad de convocatoria." (:159)

El sitio web sectorgawed.com.mx realizó un monitoreo sobre las tres principales menciones y hashtags en Twitter: #MarchaYoSoy132, #Yosoy132 y #MarchaAntiEPN, del sábado 21 de abril al lunes 21 de mayo. El resultado fue el siguiente:

[48] En el libro *#YosSoy132 La Primera Erupción Visible,* Galindo y Acosta definen "estético" a aquella comunidad que "no tiene las exigencias de las comunidades territoriales pre-modernas: no exigen exclusividad total, el cierre absoluto a sólo un patrón constructivo, un sistema de información e identidad. La comunidad estética permite tener contacto con otras, y con todas establecer algo parecido a las antiguas: filiación, adscripción, pero no de modo rígido, exclusivo." (:57).

Menciones por Hashtag:

- #Yosoy132 fue mencionada 131 mil 619 veces de un total de 979 mil 464 menciones.
- #MarchaAntiEPN fue mencionada 430 mil 190 veces.
- #MarchaYosoy132 fue mencionada 501 mil 650 veces convirtiéndose en el hashtag más mencionado de los tres. Según el economista y experto en redes sociales, Gerardo Esquivel,[49] dicho hashtag se había convertido en aquel momento electoral en el Trendig Topic o Tema de mayor Tendencia con mayor duración en la historia de Twitter en México con más de 14 días.

El sitio web glosariodigital.com realizó un estudio que fue publicado el 3 de agosto de 2012,[50] para encontrar los hashtags más utilizados hasta el 1 de julio de 2012, y descubrió que #YoSoy132 tuvo 2 millones 103 mil 154 menciones en total, lo que reflejó la amplia participación de estudiantes de universidades públicas y privadas, principales promotores de este movimiento.

Si bien no existen muchas cifras sobre el uso de redes sociales como Facebook y Twitter en relación con el movimiento #YoSoy132, lo cierto es que generó un impacto importante en la sociedad.

Momentos antes de la elección presidencial en México del 1 de julio de 2012, el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados (CESOP) realizó una encuesta telefónica – entre el 29 y 30 de junio de 2012- a 643 personas sobre la situación económica del país, el movimiento #YoSoy132 y su impacto.

---

[49] Véase *Redes Sociales y #Yosoy132* Disponible en: http://gerardoesquivel.blogspot.mx/2012/06/redes-sociales-y-yosoy132.html Fecha de consulta: 5 de octubre de 2014.

[50] Véase *Movimiento #Yosoy132 [infografía actualizada]* Disponible en: http://www.glosariodigital.com/social-media/movimiento-yosoy132-infografia-actualizada/ Fecha de consulta: 15 de octubre de 2014.

Los resultados arrojaron que 52% de los encuestados dijo conocer o haber escuchado información sobre el movimiento #YoSoy132, mientras que 48% indicó que no. Del porcentaje que dijo conocer el movimiento estudiantil, 53% lo consideró como un movimiento independiente y 47% señaló que estaba manipulado por un partido político. Además 25% de los encuestados dijo estar de acuerdo con los planteamientos de #YoSoy132 y 13% dijo estar en desacuerdo. Por último, 52% opinó que el movimiento afectó el desarrollo de las campañas y 42% opinó lo contrario.

Al igual que Occupy Wall Street, Los Indignados de España y La Primavera Árabe, el movimiento estudiantil #YoSoy132 también logró impactar y rebasar las fronteras. De acuerdo con la publicación del 1 de agosto de 2012 del portal Proceso.com.mx[51], el movimiento llegó a contar con 52 representaciones locales en los cinco continentes del planeta, entre las que destacaron: Londres y Sussex, en Gran Bretaña; Barcelona y Madrid en España; Nueva York, Washington, Berkeley y Chicago, en Estados Unidos y Quebec en Canadá. Además se registraron expresiones de apoyo en Francia, Argentina, Chile, Colombia, China y Australia, entre otras.

Sobre las cifras de movilización en las calles, el portal CNN México,[52] reportó en su publicación del 23 de mayo de 2012 que a la marcha #YoSoy132 de ese día, acudieron más de 15 mil personas, de acuerdo con información que proporcionó la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal a CNN México.

[51] Véase *Se Globaliza #YoSoy132; cuenta con 52 células en distintas partes del mundo.* Disponible en: http://www.proceso.com.mx/?p=315804 Fecha de consulta: 5 de octubre de 2014.
[52] Véase #YoSoy132 busca convertir las protestas en organización entre jóvenes. Disponible en: http://mexico.cnn.com/nacional/2012/05/23/yosoy132-se-manifiesta-en-la-ciudad-de-mexico Fecha de consulta: 5 de octubre de 2014.

4.2 Análisis de los hallazgos

En el siguiente cuadro se exponen de manera resumida los principales hallazgos en cuanto a las cifras de menciones en Facebook y Twitter:

Tabla 14. Cuadro comparativo de cifras de redes sociales.

	Inicio	**Motivo**	**Cifras Facebook**	**Cifras Twitter**	**Funciones**	**Logros**
Occupy Wall Street.	17 sept., 2011.	Respuesta a 30 años de lucha de clases motivada por la indignación.	Al inicio 400 páginas,1 página por cada uno de los estados en EE.UU.	#occupy y #ows generaron 1.8 millones de mensajes por 450 mil usuarios. 10 mil tweets cada 12 horas.	Organizar protestas y marchas que se oponían al sistema político y económico existente, captación de recursos.	Reclutar más de 170 mil usuarios activos de Facebook, más de 1.4 millones de “me gusta”, llevar al debate público desigualdad económica
Primavera Árabe.	17 dic., 2010.	Indignación provocada por la rabia ante la complicidad que percibían entre la élite financiera y la política.	2 millones usuarios (Túnez), 43 millones usuarios en países árabes (2011), 8,791,800 usuarios en Egipto y penetración del 12.7%, 2,750,160 usuarios en Túnez y 28% penetración	45 tweets por minuto, #egypt (1,400,00 menciones), #jan25 (1,200,000) ambas de marzo a abril 2011, 6 millones de tweets en Egipto del 1 al 30 septiembre de 2011.	Informar a manifestantes, mapas de reunión para protestas, usaban Facebook para programar protestas, twitter para coordinarlas y YouTube para contarlo al mundo.	Jóvenes egipcios utilizaron las redes sociales para descargar sus frustraciones y contactar a otras personas que también estaban descontentas.

Indignados de España.	15 de mayo 2011.	Integrantes se mostraron contra los banqueros y especuladores, rechazando pagar consecuencias de una crisis financiera.	180 mil seguidores de la página “Democracia Real Ya!”, hasta dos mil “me gusta” en comentarios, páginas de apoyo del extranjero.	70 palabras clave entre el 25 de abril y 26 de mayo de 2011 relacionadas con #NoNosVamos, #DemocraciaRealYa, #15M, #acampadasol, durante ese periodo: 581,749 mensajes provenientes de 87, 569 usuarios.	Convocar a ciudadanos para manifestar sus protestas en las calles el 15 de mayo.	Servir de inspiración al mundo occidental, al representar una posibilidad de la expresión autónoma, inspiró al movimiento Occupy Wall Street.
Elección Obama 2008.	Agosto, 2008.		3 millones de seguidores, 2 millones de seguidores en su página mybarackobama.com, más de dos mil videos en YouTube con 15 millones de visitas, 13 millones de direcciones de correo electrónico, dos millones de correos			46% de los estadounidenses dijo haber utilizado nuevos medios para informarse, compartir puntos de vista o movilizar a otras personas.

			electrónicos enviados durante toda la campaña.			
#YoSoy132	11 de mayo 2012	Movimiento de indignación, no de orden político, sino social y cultural	No disponibles	Tres principales menciones y hashtags entre el 21 de abril y 21 de mayo de 2012: #YoSoy132 (131,619 menciones), #MarchaAntiEPN (430,190 menciones), #MarchaYoSoy132 (501,650 menciones). Hasta 1 de julio de 2012 #YoSoy132 tuvo 2,103,154 menciones en total, hashtag con mayor duración en la historia de twitter en México con 14 días.	Proporcionar información y sumar más jóvenes al movimiento	Propagar el movimiento a todo el mundo y alcanzar gran poder de convocatoria.

4.3 Entrevistas Abiertas.

A continuación una serie de fragmentos que únicamente contienen los aspectos más sobresalientes de las entrevistas realizadas a especialistas de la Ecología de los Medios. Para acceder a la totalidad de la información recabada durante las entrevistas, consultar **ANEXO 1.**

4.3.1 Entrevista a Joshua Meyrowitz.

Joshua Meyrowitz es profesor y jefe del departamento de comunicación en la Universidad de New Hampshire, en Durham, Estados Unidos, donde ha ganado el premio Lindberg como académico-docente destacado en la Facultad de Humanidades. El Dr. Meyrowitz da cursos en medios de comunicación, análisis de noticias, crítica a los medios, teoría de los medios de comunicación y teoría de la comunicación. Es autor del libro *No sense of place* (Oxford University Press), y cerca de 100 artículos sobre medios de comunicación y la sociedad que han sido publicados en revistas académicas y antologías, así como en revistas de interés general y periódicos.[53]

¿Qué es la ecología de los medios?

J.M. La Ecología de los Medios envuelve desde mi punto de vista el estudio de los medios como tipos de escenarios, entornos, humanos, creados y que interactúan entre sí, es buscar en cada medio de comunicación, tomar de otros medios de comunicación, reescribir los medios de comunicación, es tomar otros tipos de medios de comunicación, creo que es mejor tener una visión tanto del pasado y el futuro, así como los largos plazos de influencia en los cambios de los medios de comunicación, eso sería todo.

¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?

[53] Véase: http://www.media-ecology.org/activities/2014MEAProgram.pdf

J.M. Estos medios no van a hacernos libres e independientes en cualquier sentido político y económico, sólo en la medida que trabajemos juntos, de manera colaborativa para luchar contra los poderes de las personas, tenemos algunas herramientas para hacerlo; las herramientas que se utilizan en contra de nosotros en algunos aspectos, pero también las herramientas que podemos utilizar para defendernos.

¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

J.M. Creo que el reto más grande para nosotros es tan simple ahora, grabando cosas, compartirlas, ponerlo en línea, enviarlas a tus amigos, pero creo que más difícil de entender es ¿por qué estamos haciendo o rehaciendo?, ¿cuáles son los implicaciones políticas y sociales de estas cosas? Tenemos observar lo que es importante y también debemos pensar cuáles son las implicaciones políticas de lo que estamos haciendo, quién se beneficia de ser distraído por todos los mensajes (...) por correo electrónico y mensajes de texto y Twitter y si necesitamos regresarnos y averiguar cuál es el futuro que queremos, Creo que el futuro está en nuestras manos, pero no es simple y ciertamente tampoco está creado sólo por la capacidad de los medios de comunicación, para hacer ciertas cosas tenemos que (unirnos) al poder de estos medios de comunicación y unirnos al poder de las organizaciones sociales y hacer esfuerzos de colaboración para crear el mundo que queremos ver.

En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

J.M La tecnología facilita todas las formas de interacción, muchas formas de interacción tienden a existir, pero la forma real de (...) por los seres humanos y tenemos que ser más pensantes y calcular una estrategia para convertir esto en el mundo que queremos ver.

¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías?

J.M. Supongo que ya respondí a esta pregunta sobre los retos de los ciudadanos, lo que acabo de decir es que tenemos que actuar.

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

J.M El incremento de más documentalistas y productores de noticias independientes todavía no es suficientemente poderoso, pero tenemos que hacer mucho trabajo para utilizar estas tecnologías simplemente increíbles, que son expansivas y poderosas, pero aún requieren (...) y el tiempo y la investigación y la dedicación (..) para tener el mundo que queremos ver, donde las personas se dan cuenta de que los recursos mundiales debe ser compartidos con todo el mundo y que no sólo deben tenerlos la gente rica que vive sobre la gente sin hogar en las calles o peor. Creo que estas tecnologías permiten un mundo más justo, y espero que si no vivo lo suficiente para verlo, por lo menos que mis hijos y nietos lo vean, tenemos que participar más en la política local.

4.3.2 Entrevista a Lance Strate.

Lance Strate es uno de los fundadores de la Asociación de la Ecología de los Medios, creada el 4 de septiembre de 1998. Estudió la carrera de Comunicación en la Universidad de Cornell, obtuvo una Maestría en Comunicación en el Queens College, y un doctorado en Ecología de Medios de la Universidad de Nueva York. Como profesor de Estudios de Comunicación y Medios de la Universidad de Fordham, es reconocido internacionalmente por su liderazgo intelectual en la disciplina de la comunicación. Se ha centrado en el desarrollo de la ecología de los medios como un campo de investigación, con especial atención a la obra de Marshall McLuhan, Walter Ong y Neil Postman. Es miembro activo de diversas organizaciones, entre las que destacan: Consejo Consultivo Nacional del Centro Walter Ong y Saint Louis University, miembro del

Consejo Editorial de varias publicaciones, incluyendo el Journal de Investigación de Comunicación Aplicada, Reportes de Investigación Cualitativa y la revista *Razón y Palabra.* Ha sido galardonado por la Asociación de Comunicación John F. Wilson del Estado de Nueva York, por su liderazgo y dedicación en el campo de la comunicación. Actualmente es Director del Programa de Maestría en Comunicación Pública, así como miembro del Consejo de Mentores para el Programa de Maestría interdisciplinaria en Humanidades y Ciencias. Lance Strate también es un activo en los asuntos comunitarios. Como padre de un niño autista, está involucrado en la defensa del autismo.[54]

¿Qué es la ecología de los medios?

L.S. La idea básica es ver cómo hacemos las cosas, nada más sencillo para ponerlo, se refiere a cómo hacemos las cosas, tiene mucho que ver con lo que hacemos, los medios juegan o los medios y la tecnología en un sistema de símbolos que juegan un rol de liderazgo en los asuntos humanos y nos influyen de la misma manera, yo podría decir, que el entorno natural nos influye.

¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?

L.S. Busca patrones y podrás entender el contexto histórico, puedes tener el sentido de lo que puede suceder, lo que parece estar sucediendo ahora y que nosotros vemos, siempre habrá cosas que simplemente no podemos predecir, lo cual es un peligro de la innovación y siempre va a haber efectos indirectos, cambia una cosa, eso va a cambiar algo más y eso cambia algo más y va como un efecto de cascada, esto es lo que dijo Postman, ya sabes, un nuevo medio no sólo cambia algo, lo cambia todo.

[54] Véase: http://faculty.fordham.edu/strate/

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

L.S. Cuando la gente puede organizarse a sí misma, esa es realmente la clave, es la clave a través de una historia, así que creo que eso es realmente la clave de las redes sociales, la organización, pero eso tiene que importar en el mundo real, no sólo pueden ser personas escribiéndose una a la otra, eso tiene que usarse, tiene una gran potencia, ese es uno de los aspectos realmente positivos del Internet.

¿Es posible a partir de la ecología de los medios acceder a una reconstrucción del tejido social, donde los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

L.S. La idea de comunidad tiene una fuerza estructurada, es más que recibir gente, que sólo estén sentados juntos o que está mirando sus teléfonos.

4.3.3 Entrevista a Mike Plugh.

Mike Plugh como educador e investigador vivió en la prefectura de Akita, Japón durante casi una década antes de regresar a Estados Unidos y Fordham University. Los intereses de investigación de Mike incluyen ecología de los medios y las perspectivas generales de la semántica, además de los medios digitales, la cibercultura y las cuestiones de la globalización. Su experiencia en Japón con frecuencia influye en su trabajo académico, pues ha proporcionado una profundidad importante y variedad a su enseñanza.[55]

[55] Véase: http://legacy.fordham.edu/academics/programs_at_fordham_/communication_and_me/faculty/mike_plugh_88731.asp

¿Qué es la ecología de los medios?

M.P. Lo primero que debemos entender es que siempre va a ser imposible decir lo que es, cómo se ve o se siente, es tan importante como tratar de definirlo de alguna manera arreglada.

¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?

M.P. Creo que la forma de entender las nuevas tecnologías y los nuevos medios es a menudo, en primer lugar, comprender de dónde vienen, porque por mucho que nos guste identificarlos como nuevos, hay muchos de ellos que de hecho son viejos y tan antiguos como la percepción humana y la expresión de la comunicación y así las formas tienden a ser nuevas, o nuevas configuraciones de las cosas antiguas.

¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

M.P Si nosotros hablamos sobre el futuro de Internet o el futuro de las redes sociales lo que tenemos que entender primero es, que siempre va a ser, va a (implicar una larga línea) de una mayor compresión del tiempo y el espacio (...) si instantáneamente puedo comunicarte algo donde quiera que estés, esa es la idea, pero tenemos que preguntarnos en la solución del problema de la transmisión y compresión del tiempo y el espacio, ¿cuáles son las posibilidades que tenemos? ¿Nos estamos volviendo mejores personas?, es entender por qué sí o no podemos maximizar el potencial para comprender y limitar el tipo agresivo de aspecto antagónico o voyerista, para mantenernos, ya sabes, humanos, más humanos y positivos.

En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

M.P. Creo que hay dos respuestas a esta pregunta y la primera respuesta es cómo los medios pueden apenas entender la forma en que la tecnología está transformando (los bordillos) de la política y la forma en que hacemos la política tradicional, Segundo, tal vez, ahora volver por nosotros mismos a la escala de lo local y no es que estemos abandonando lo global, pero tal vez, es crear soluciones culturales a problemas tecnológicos. Tenemos que hacer esta difícil tarea de construir un movimiento de cultura, comportamiento diferente, actitud diferente, como un contrapeso a la forma en que la tecnología (...) y eso es la educación, la religión, en muchos casos, ¿verdad? hay una gran cantidad de maneras diferentes para que los seres humanos centren sus perspectivas.

¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías?

M.P Bueno parte de la respuesta a esta pregunta son los ciudadanos, y los ciudadanas son complicados, pero a veces eso no es posible porque nuestra ciudadanía y los gobiernos están construidos en procesos que surgieron de otras tecnologías y tal vez el primer paso es reconocer qué cambiar en nuestra relación con los gobiernos, cómo entendemos los gobiernos, y cuando hagamos eso, entonces seremos capaces de asumir el reto de utilizar nuevas tecnologías en forma de darles un mejor uso.

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

M.P El resultado es ver la reacción de los gobiernos e individuos y los partidos políticos, es una lucha comunicar a través de las redes sociales, porque ellos (los políticos) ven que la comunicación que viene en esta dirección ahora es

un desafío, porque no pueden decir o hacer algo controversial, no pueden cometer un error, ciertamente no pueden, ya no hay distancia, ya no hay espacio, por lo que tenemos que reconfigurar a nivel local , lo que significa luchar por lo que crees y negociar una especie de feliz acuerdo y si podemos aprender eso a nivel local, será la lección para el resto de los niveles.

¿Es posible a partir de la ecología de los medios acceder a una reconstrucción del tejido social, donde los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

M.P. Bueno, los medios de comunicación y la tecnología siempre van a estar en un papel principal y esto desde nuestro punto de vista, y es por eso que la gente lo llama determinismo tecnológico y creemos muy fuertemente que tienen una ventaja para dar forma y dirección a nuestros arreglos sociales, que están influidos por (fondos dominantes) de la tecnología, la tecnología jugaría una gran influencia en lo que está pasando y entenderlo y participar en la lucha de soluciones culturales a los problemas tecnológicos, creo que es así cómo la Ecología de los Medios ofrece algo a este conjunto de transformaciones muy difíciles.

4.3.4 Entrevista a Niall Stephens.

Niall Stephens es profesor del Departamento de Artes y Comunicación de Framingham State University, tiene una maestría por University College Dublin y un doctorado por University of Massachusetts Amherst. En Framingham State University imparte los cursos de *Sociedad y Medios* y *Principios de Comunicación de Masas.* Su tesis doctoral es es sobre la mediación de la globalización en las zonas rurales del sur de Chile. Sus intereses de investigación y escritura

académicas incluyen: la esfera pública, los medios de comunicación mundial y la globalización, la comunicación ambiental y ecología de los medios.[56]

¿Qué es la ecología de los medios?

N.S La ecología es un medio simbólico, hay que pensar la ecología realmente pensando en todo.

¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?

N.S McLuhan, él ha escrito sobre la televisión, vale para pensar en las redes sociales, esa red es una dinámica más ecológica.

¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

N.S. El equilibrio no necesariamente tiene que ver con la ecología, creo que en realidad un ecosistema tiene un equilibrio permanente.

En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

N.S El hecho de tener 140 letras para escribir esa forma de comunicación es muy fragmentada no da oportunidad para realmente profundizar y realmente discutir y entender juntos, llegar a un entendimiento compartido de la realidad que uno vive y de qué es lo queremos hacer para vivir juntos e influir en nuestra realidad política y social.

¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías?

N.S. Para Postman el reto es que nosotros los usemos como herramientas, La educación era una preocupación de Postman, esa era la respuesta a todo, pero entonces habría que educar a la gente, a los niños, a usar las tecnologías, no a

[56] Véase: http://www.framingham.edu/communication-arts/faculty.html

distanciarnos de ellos, hay que mirar al futuro, mirando el presente, el pasado, siempre hay que trabajar para hacer un mundo mejor.

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

N.S. La respuesta aquí no sería lo tecnológico, es cultural, pero se puede expresar a través de la tecnología, o sea, se puede hacer demandas, decir a los gobernantes, a las autoridades, se puede decir “nosotros exigimos tal cosa, exigimos ser parte de la conversación, que seamos parte del proceso”, no porque la tecnología es tan maravillosa, pero sí porque es parte de la vida ahora.

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

N.S La respuesta aquí no sería lo tecnológico, es cultural, pero se puede expresar a través de la tecnología, o sea, se puede hacer demandas, decir a los gobernantes, a las autoridades, se puede decir “nosotros exigimos tal cosa, exigimos ser parte de la conversación, que seamos parte del proceso”, no porque la tecnología es tan maravillosa, pero sí porque es parte de la vida ahora.

¿Es posible a partir de la ecología de los medios acceder a una reconstrucción del tejido social, donde los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

N.S. Habría que decir desde esta perspectiva en lo que va a pasar es que el tejido social se retejerá quizás pero de otra forma, estos medios sirven no sólo para que la gente pueda conectarse, sino para que los poderes sepan mucho de nosotros, ni siquiera tiene que ser una persona que nos conoce, pero el computador sí, entonces eso es algo muy interesante y eso nos saca poder a nosotros y los lleva a otros, entonces esa es la consecuencia política y como la agenda del poder, del nuevo ambiente de los medios, la agenda, la meta es mantenerse invisibles, o sea, no quieren tener la conversación democrática, quieren que tengamos todos estos dispositivos hasta en la ropa.

4.3.5 Entrevista a Susan Barnes

Susan Barnes es Directora Asociada del Laboratorio de Informática Social de la Facultad de Artes Liberales del Rochester Institute of Technology en Nueva York. Es editora del libro *Vizualizing the Web* (2010).[57]

¿Qué es la ecología de los medios?

S.B. Definiría la Ecología de los Medios como un punto de vista, una perspectiva para observar los medios de comunicación, en contraste con muchos académicos de la comunicación que están observando los mensajes y la Ecología de los Medios analiza el medio en sí mismo, trata de centrarse en el medio y las características de ese medio en particular, la idea de la radiodifusión y controlar esos mensajes a través de los medios de comunicación ha cambiado, porque los individuos ahora pueden utilizar Internet para crear sus propios mensajes, este no fue el caso de los mensajes en la radiodifusión y televisión, nadie podía crear un mensaje, pero ahora todo mundo puede crear un vídeo de YouTube.

¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la ecología de los medios?

S.B He utilizado la Ecología de los Medios como una metodología y una metodología es, que hay que examinar el medio desde diferentes perspectivas, el Internet conecta a la gente, los medios de difusión no lo hacen, esa es la característica, y creo que muchos de los cambios con el Internet tienen que hacer esa interactividad.

¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

S.B. Cuando empezamos a enviarnos correos electrónicos entre sí, nadie nunca pensó en los mensajes de texto, Y creo que Facebook en términos de privacidad tiene la idea de que nada es privado, ya sabes, y si observas *Facebook* ves que nada es privado, la información de todo el mundo es de todos los demás,

[57] Véase: https://www.rit.edu/academicaffairs/facultyscholarship/person.php?username=sbbgpt

por lo que los jóvenes de hoy tienen una idea diferente de la privacidad que la gente antes de *Facebook,* y eso es un tipo de observación ecológica de los medios de comunicación, Postman no está diciendo que la tecnología iba a hacer lo mismo en todas las culturas, es comparar, me refiero a, comparar Twitter en los Estados Unidos ¿para qué lo usamos? sobre todo con un valor de entretenimiento, observa *Twitter* en el Medio Oriente y verás que es usado para la agenda política, entonces ¿cómo lo usan en México? ¿Se usa más como el Medio Oriente o se usa más como los americanos?

En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la ecología de los medios?

S.B. En Medio Oriente, pero también hay una historia de esto en Europa, donde las tecnologías fueron utilizadas para situaciones de tipo políticas y revolucionarias, el diseño gráfico en Europa con la "Bauhaus", originalmente fue utilizado para reformas sociales y la gente pensó que podían usarlo, usaron gráficos y visuales para crear reformas sociales, pero en los Estados Unidos lo sutilizaban para vender productos, Nial (Postman) se ocupaba de la alfabetización, estaba ocupado en desarrollar mentes que puedan pensar un poco más y en formas lógicas para que pudieran tomar buenas decisiones en la representación política, no lo tenemos hoy en día, vemos que estas tecnologías no fomentan el pensamiento profundo, fomentan respuestas rápidas, reacción inmediata, deberíamos leer la palabra de nuestros candidatos, no sus fragmentos de sonido (discurso), no sólo escuchar los fragmentos de sonido y juzgar a la gente por eso.

¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías?

S.B. Un buen uso de las redes sociales como medios de comunicación está en tratar de difundir los documentos y la información, eso es información positiva sobre el gobierno.

¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

S.B En primer lugar, todo lo que tengo que decir es que hay que hablar de los gobiernos democráticos, porque otros tipos de gobiernos no quieren saber de la gente, en Estados Unidos las personas pueden utilizar la tecnología para expresar sus opiniones, así, porque en una democracia se supone que el representante del gobierno debe representar a un grupo particular de personas y esta tecnología nos permite ser capaces de expresar nuestros puntos de vista.

¿Es posible a partir de la ecología de los medios acceder a una reconstrucción del tejido social, donde los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

S.B. ¿no pensar en esto es bueno? ¿Está bien? ¿Es esto lo que deberíamos estar haciendo? Y quiero decir, creo que los medios de comunicación hoy en día se estructuran no sólo en una cosa, ¿hay una discusión global sobre lo que esta tecnología ha hecho? ¿Qué nos hace? ¿Queremos esto o no?, creo que no pensamos en la forma en cómo usamos la tecnología, creo que lo que tenemos que pensar es cómo podemos usar los nuevos medios de comunicación que tenemos en nuestra mundo hoy en día.

4.3.6 Entrevista a Robert K. Logan.

Bob Logan es profesor emérito de Física de la Universidad de Toronto y Director Científico del Laboratorio de Innovación Estratégica en el *Ontario College of Art and Design*. Colaboró y publicó con McLuhan, lo cual influyó en la publicación de su libro *Understandig New Media* y muchos otros, entre ellos: *The Alphabet Effect, The Sixth Language, The Extended Mind, Collaborate to Compete* y *What is Information?* Logan aporta su experiencia en la política y el mundo de los negocios a su comprensión de los medios de comunicación nuevos y viejos.[58]

[58] Reseña de Bob Logan tomada del libro *Understanding New Media* (2010). NewYork.

En su libro *"What is information?"* Usted habla sobre la existencia de nuevas formas de comunicar como el lenguaje oral al escrito debido a que existía una sobrecarga de información y límites de memorización del humano, hoy en día hay quienes dicen que Internet es una sobreexposición de información, por lo tanto hacia dónde evolucionará el lenguaje y uso de Internet desde esta perspectiva del conocimiento?

B.L Hay montones y montones de información en Internet y ahora el reto es seleccionar lo que es más relevante, la información está ahí, ha sido producido como un *tsunami* de información, el reto para los usuarios es encontrar qué información es más relevante para ellos.

Si de acuerdo con McLuhan la información eléctrica rompió los monopolios del conocimiento que la escritura creó, entonces ¿podríamos decir que Internet tiene esa misma capacidad de romper los monopolios creados por la televisión?

B.L La televisión está muerta, ya no es el medio preferido, el medio preferido es la tableta. Lo que el Internet ha hecho, es hacer a todo mundo autor, incluso cuando estás respondiendo a un correo electrónico, estás siendo autor; puedes escribir unas cuantas frases y eres un autor y obtener amplia distribución mundial, porque lo que escribes en Internet pasa a todo el mundo.

Si tomamos en cuenta que la tecnología evoluciona por descendencia, modificación y selección y que no hay manera de predecir la evolución de la tecnología ¿qué elementos podríamos entonces rescatar para tratar de visualizar un escenario a futuro de la evolución de la tecnología? O, Si esto es imposible ¿Por qué lo es?

B.L Es posible y no es posible. Es posible porque la manera de predecir el futuro es prestar especial atención al presente. Pero lo imposible es decir cuál es la forma exacta de la nueva forma que saldrá, pero será mínimo.

Usted habla de la existencia de seis lenguajes distintos (habla, escritura, matemáticas, ciencia, informática e Internet) como parte de una cadena evolutiva,

siguiendo esta lógica ¿podríamos decir que es probable el surgimiento de un séptimo lenguaje? ¿Desde esta perspectiva hacia dónde vamos?

B.L El séptimo lenguaje son las redes sociales, la escritura contiene el habla, la ciencia contiene la escritura, las matemáticas contienen el habla, la ciencia contiene la escritura y las matemáticas, la informática contiene la ciencia y la tecnología, Internet contiene la informática, las redes sociales contiene el Internet y la web, que es el séptimo idioma.

Platíqueme más sobre el proyecto del S-book ¿Qué alcances y limitaciones ha tenido en este tiempo? ¿Cómo ha sido percibido por los lectores? ¿Cuál ha sido su impacto?

B.L. Tomamos el libro y lo ponemos en una página web en un formato digital como un libro electrónico y luego creamos facilidades para que las personas.

4.3.7 Entrevista a Eric McLuhan.

Eric McLuhan es un conferencista internacionalmente conocido y premiado en la comunicación y los medios de comunicación, el Dr. McLuhan tiene más de 40 años de experiencia docente en temas que van desde las técnicas de alta velocidad de lectura a la literatura, la teoría de la comunicación, los medios de comunicación y la cultura. Ha impartido clases en muchos colegios y universidades en todo Estados Unidos, Canadá y en el extranjero. Es co-autor del libro “Laws of Media” publicado en 1988, trabajó muy de cerca durante muchos años con su padre, el fallecido Marshall McLuhan. También ha estado profundamente involucrado en la exploración de la ecología de medios y comunicaciones. Actualmente es Director de Estudios de Medios y conferencias en el *Harris Institute for the Arts* en Toronto, Canadá.

Tomando como referencia el concepto de la aldea global, ¿realmente considera que hemos llegado a la fase final de las extensiones del hombre o

todavía se puede llegar a una extensión más amplia de los sentidos y nervios por otros medios de comunicación?

E.M. Todos los medios son extensiones siempre y cuando inventemos, ahora con el Internet nos encontramos en el teatro mundial y todo el mundo están en el escenario y no hay audiencia, sólo actores, todo el mundo es un actor, nadie es un espectador.

Si bien Marshall McLuhan estudiaba cuidadosamente la tierra del futuro – que es el pasado y el presente- (the idea of reversal as a technique to understand the future) ¿A qué deberíamos poner más atención hoy en día para comprender / predecir mejor el futuro de los nuevos medios?

E.M La técnica para entender el futuro es muy fácil: estudiar el presente para predecir el futuro. El presente es el futuro, que se necesita, si tú puedes ver el presente automáticamente estarás 30 años adelante de todo el mundo.

¿Es por eso que McLuhan lo estudió en 1964?

E.M Sí, ese era el presente y la gente le decía ¡Oh, estás loco! eso nunca sucedería, y todo lo que vemos que ya ha pasado, ya sabes, el futuro está aquí.

En el libro *"Understanding Media"* Marshall McLuhan señalaba que el lenguaje además de ser una extensión y ampliación del individuo también divide sus facultades. En ese sentido, si Internet es considerado por Logan como "el sexto lenguaje" ¿Qué implicaciones positivas y negativas representa Internet para el ser humano si lo comparamos con el lenguaje oral?

E.M Todos los medios de comunicación son idiomas, Internet no es sólo el sexto, tal vez el sexagésimo o el número seiscientos, el Internet es sólo otro

idioma, uno grande, ya que involucra a todo el mundo a la vez, es una cosa global, borra límites entre países.

4.4 Datos estadísticos sobre la elección presidencial 2012, enfocados en el candidato EPN

Alejandra Lagunes Soto Ruiz, quien fue la coordinadora de la estrategia digital de Enrique Peña Nieto, declaró en una entrevista del 28 de agosto de 2012 para "La Jornada"[59], sobre las ventajas que el candidato obtuvo durante el proceso electoral gracias a la importancia que se le dio a la campaña online y citó cifras que dieron como resultado:

- 2.9 millones de visitantes únicos a penanieto.com (sitio web oficial del candidato).
- 3.4 millones de amigos en Facebook.
- 961 mil 620 seguidores en Twitter.
- Y 6.9 millones de correos electrónicos enviados.

De acuerdo a las declaraciones de Lagunes, los números obtenidos por el priista resultaron favorables durante la campaña, al ser "el candidato del que más se habló, el más mencionado por los usuarios de Internet, para bien y para mal, y el que menos *trending topics* tuvo en su contra."

Y es que los números positivos de EPN en las redes sociales fueron quizás más notorios y destacados al principio de su campaña, por lo menos así lo reportó el sitio web PortalPolítico.tv[60], que se encargó de hacer un reporte de los primeros 10 días de la campaña del aspirante presidencial por el PRI, los números reflejaron el registro de más de 315 mil visitas a su página web *penanieto.com*, 2 millones de reproducciones en su canal oficial de *YouTube*, además de que

[59] Véase "Peña Nieto aventajó porque dio importancia a la campaña online: Alejandra Lagunes". Disponible en: http://www.jornada.unam.mx/2012/08/28/politica/003n1pol Fecha de Consulta: 26 de septiembre de 2014.

[60] Véase "Cifras de la campaña electoral de Enrique Peña Nieto". Disponible en: http://www.portalpolitico.tv/content/site/module/news/op/displaystory/story_id/42057/format/html/ Fecha de Consulta: 26 de septiembre de 2014.

resultó ser el candidato con más seguidores en Twitter y Facebook, ésta última red social logró durante ese periodo, 2 millones de amigos.

Otra instancia que también se encargó de monitorear el inicio de la campaña de EPN y sus contendientes fue el grupo de consultoría Kratos[61], que reveló en su informe "Política 2.0 en México" que Peña Nieto demostró tener el mayor número de escuadrones al arrancar su campaña en redes sociales el 30 de marzo de 2012 a las 00:00 horas con 24 mil tuits y que más tarde el volumen total de los mismos alcanzó los 105 mil mensajes, que superaron por el doble a los enviados por el perredista Andrés Manuel López Obrador (52 mil) y la panista Josefina Vázquez Mota (46 mil).

Sin duda, Enrique Peña Nieto demostró estar a la cabeza en las redes sociales, sin embargo es necesario analizar las cifras a lo largo del proceso electoral para tener una visión más amplia de cómo se fueron moviendo los números durante la contienda.

4.4.1 Análisis cronológico (análisis de la evidencia)

El portal Sin embargo.mx[62] se dedicó a hacer un monitoreo con ayuda de la plataforma Google, de la actividad en medios impresos y redes sociales de los candidatos a la presidencia semana a semana, desde días antes de iniciar la campaña hasta el final de ésta. En el rubro de las redes sociales las cifras se centraron principalmente en el número de seguidores en Twitter, así como el número de usuarios en Facebook que le dieron "me gusta" a la página oficial de los candidatos. En este caso se centra la atención en los resultados que arrojaron el número de seguidores de Enrique Peña Nieto en las redes sociales:

---

[61] Véase Informe "Política 2.0 en México". Disponible en: http://www.slideshare.net/sanchezgalicia/poltica-20-en-mxico?qid=d3a0b7a7-d8e2-43c9-b387-903772c7f63d&v=default&b=&from_search=8 Fecha de Consulta: 26 de septiembre de 2014.

[62] Véase "Candidatos firman pacto de civilidad del IFE". Disponible en: http://www.sinembargo.mx/suspirantes-2012 Fecha de Consulta: 28 de septiembre de 2014

Tabla 15. Cuadro de análisis cronológico del número de seguidores de EPN en Facebook y Twitter

Semanas	*No. Seguidores Facebook*	*No. Seguidores Twitter*
20 al 26 de marzo	1,797,120	458,569
27 de marzo al 2 de abril	1,883, 496	476, 760
3 al 9 de abril	2,011,174	496,095
10 al 16 de abril	2,191, 319	522, 890
17 al 23 de abril	2,353,574	550,296
24 al 30 de abril	No disponible	No disponible
1 al 7 de mayo	2,555,112	628,958
8 al 14 de mayo	2,652,407	661,644
15 al 21 de mayo	2,778,985	692,700
22 al 28 de mayo	2,886,949	732, 173
19 de mayo al 4 de junio	2,983,793	756,237
5 al 11 de junio	3,084,821	810, 283
12 al 18 de junio	3,203,370	849, 579
19 al 25 de junio	3,299,373	831, 728 (EPN pierde 17, 851 seguidores)

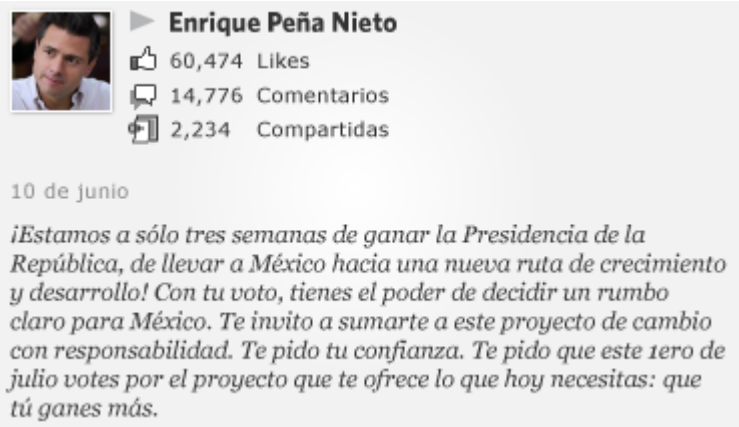
Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el portal Sinembargo.mx Disponible en: http://www.sinembargo.mx/suspirantes-2012 Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2014

4.4.2 La publicación más comentada en Facebook

El sitio web socialbakers.com[63] reportó con base en datos proporcionados por la red social Facebook, un total de 3 millones 227 mil 451 número de seguidores o fans para Enrique Peña Nieto durante el proceso electoral y analizó durante el periodo del 19 de mayo al 19 de junio de 2012, el comentario en Facebook que más atrajo a sus seguidores, fue el que EPN escribió el 10 de junio del mismo año

[63] Véase sitio web socialbakers.com Disponible en: http://www.socialbakers.com/elections/mexico-es/?ref=article Fecha de consulta: 28 de septiembre de 2014.

y que como resultado consiguió más de 60 mil “me gusta”, casi 15 mil comentarios y más de dos mil veces compartieron el comentario del candidato:



Fuente: Imagen tomada del sitio web socialbakers.com Disponible en: http://www.socialbakers.com/elections/mexico-es/?ref=article Fecha de Consulta: 28 de septiembre de 2014

4.4.3 Los *Trending Topics* más sobresalientes al cierre de campaña

La cuantificación de los resultados sobre los Trending Topics o Temas de mayor Tendencia fue de importancia al cierre de campaña, en este sentido, el sitio web Capitalsocialmexico.com[64], enfocó su análisis en Enrique Peña Nieto como uno de los punteros en la contienda presidencial.

El sitio señala que los días sujetos a análisis fueron el lunes 25 de junio, en el que se hizo una revisión escalonada de las listas de la Ciudad de México, Monterrey, México e Internacional a las 9:00, 12:00, 15:00 y 21:00 horas entre ese día y a las 12:00 horas del jueves 28 de junio[65].

El conteo final de los resultados arrojó seis Trending Topics para EPN, cinco de ellos positivos y uno negativo:

- (#En5diasvotoporPeñaNieto (martes)

[64] Véase ¿Cómo le fue a los candidatos en sus cierres digitales de campaña? Disponible en: http://capitalsocialmexico.com/2012/06/28/como-les-fue-a-los-candidatos-en-sus-cierres-digitales-de-campana/ Fecha de Consulta: 28 de septiembre de 2014

[65] El sitio web Capitalsocialmexico.com utilizó como herramienta de medición el servicio Topsy, el cual, de acuerdo al sitio: “*aplica una serie de filtros para contabilizar los tuits que vienen de seres humanos, no de robots. Las condiciones son que el mensaje haya sido retuiteado, o contenga un link, o provenga de una fuente no automatizada, que muy probablemente indica la presencia de robots o spam”. Ante tal situación, se descubrió que pese a que el candidato del PRI acumuló altos volúmenes de mensajes (97 mil menciones), éste lo hizo en menor grado respecto a AMLO*

- Peña Presidente (martes)
- #SoyElPRIQueViene (miércoles)
- Fuera Peña (miércoles)
- #EPN (miércoles)
- #En4DíasVotoPorPeñaNieto (miércoles)

Capítulo 5

5.1 CONCLUSIONES

- Visto desde la Ecología de los Medios, el papel que jugaron las redes sociales durante la campaña presidencial de 2012 en México, enfocadas en el candidato EPN significó un parteaguas en la historia de los usos tecnológicos en México, donde el movimiento político-social estudiantil #YoSoy132 tuvo una participación relevante, motivado por sentir violado su derecho de expresión e indignación en contra del partido que ha gobernado al país por más de 70 años, encarnado en ese entonces en la figura del candidato presidencial Enrique Peña Nieto.
- En México existen aún muchas deficiencias en cuanto al uso de redes sociales en campañas electorales. Si bien EPN se colocó a la cabeza como el candidato que obtuvo el mayor número de seguidores en redes sociales como Twitter y Facebook, lo cierto es que dichas herramientas fueron utilizadas más para informar sobre la actividad del candidato de manera unidireccional y se dejó al lado la Política 2.0 que menciona Pellat (2009) es decir, no se propició un diálogo con los ciudadanos, ni se creó comunidad, como sí lo hizo el movimiento #YoSoy132.
- Si bien las redes sociales representan grandes avances tecnológicos en materia de comunicación, eficacia e inmediatez, no se puede decir que se pueda ganar una elección a través de ellas, más bien son herramientas que facilitan los procesos de comunicación, pero alcanzar una victoria electoral dependerá en gran medida de la estrategia a seguir que contemple el uso de redes sociales como parte de la campaña.
- Queda demostrado que a través del uso de redes sociales como Twitter o Facebook es posible generar comunidades virtuales organizadas capaces de defender y luchar por sus ideales y expresarlos al mundo, a través de Internet.
- Sin embargo, las redes sociales no tienen la capacidad de resolver los problemas sociales. Únicamente son mecanismos que permiten conectar

unos individuos con otros, independientemente de las barreras de tiempo y espacio.

- En este sentido, si bien el principal objeto de estudio fue analizar el papel que jugaron las redes sociales como Twitter y Facebook durante las elecciones presidenciales de 2012 desde el enfoque de la Ecología de los Medios, un punto importante a considerar en esta investigación es que a partir de este contexto, la opinión pública se considera como una extensión de la piel social.

  Es bien sabido que varios autores y académicos consideran que no existe una definición aceptable de manera unánime como tal de "opinión pública"[66], lo cierto es que todos tenemos una concepción del fenómeno, ya que no es posible hallar una definición clara y fluida, pero si una aceptación formal y como objeto de estudio entender que la opinión pública conlleva el imperativo de información en otras parcelas del saber humano, de donde se extraen las referencias necesarias para comprender el fenómeno y sus interrelaciones, es ahí donde la historia permite sondear el fenómeno en las épocas por las que tuvo que atravesar la humanidad y el desarrollo de la tecnología y el desarrollo del hombre corresponden a esa historia en la que nos vemos forzados a escudriñar los procesos informativos de las opiniones. (Rivadeneira, 2010)

  Dichos procesos informativos hacen que el individuo no sólo viva en su espacio interior donde piensa y siente, sino que su vida también está vuelta hacia afuera, esta explicación es lo que Neumann (1992) acuña bajo el concepto de piel social; donde el individuo llega a estar expuesto a las exigencias de una sociedad, a una exigencia "que tiene el peso de la sentencia de un tribunal, de que nos amoldemos a las opiniones y a los comportamientos establecidos." (Neumann, 1992: 48).

[66] De acuerdo a Rivadeneira, el término opinión pública está compuesto de dos voces: el sustantivo opinión y el adjetivo pública. Etimológicamente, opinión proviene del latín *opinio. –onis*, que significa concepto. Según la Real Academia de la Lengua Española, la primera concepción de opinión es: "concepto o parecer que se forma de una cosa (…) fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa". Pública procede también del latín *publicus*, que significa "notoria, patente, manifiesta, vista o sabida por todos" (Rivadeneira, 2010: 65).

La autora sostiene que todo ello obedece a un aspecto psicosociológico de "público" que tiene que ver con el miedo individual al aislamiento, a la mala fama, a la impopularidad y a una necesidad de aceptación y consenso; de ahí que la persona desee prestar atención al entorno y volverse así, ya que ese es el sentido que la gente percibe en su sensible piel social, en su naturaleza social.

En este sentido, la tecnología juega un papel importante en el proceso de opinión pública en cuanto a la interacción de la tecnología y el proceso social, tal interacción ha sido evidente en los efectos que las nuevas tecnologías de la información han tenido en el proceso de opinión pública de los últimos 500 años en las sociedades occidentales y que como se puede constatar en la revisión histórica, la introducción de la imprenta en el siglo XV, las comunicaciones telegráficas, el aumento de la difusión y de otras comunicaciones electrónicas en el siglo XX, han condicionado de manera significativa, la comunicación como proceso social, al igual que las circunstancias históricas que rodearon su introducción (Crespi, 2000)

Sin embargo, Crespi refiere que a pesar de que las tecnologías de la comunicación como Internet canaliza el alcance, la amplitud, la profundidad y la estructura de las redes de comunicación, no se puede decir que éstas tengan la capacidad de producir cambios revolucionarios en el proceso de opinión pública. "En particular, no han generado ningún cambio en los canales políticos a través de los cuales la opinión colectiva pueda ser expresada e influenciar así el gobierno del pueblo." (Crespi, 2000: 144)

Ante esta situación, la solución para conseguir un cambio social, efectivamente no tendría que venir de la tecnología, sino de nosotros mismos como individuos y como sociedad. Manuel Castells (2012) lo explica de una manera clara y sencilla:

> "Para lograr el cambio social en la sociedad red, hay que reprogramar las redes de comunicación que constituyen el entorno simbólico para la manipulación de las imágenes y el procesamiento de la información en nuestras mentes, los determinantes definitivos de las prácticas individuales y colectivas. Crear nuevo contenido y nuevas formas en dichas redes que

> conectan las mentes y su entorno comunicativo equivale a recablear nuestras mentes. Si sentimos o pensamos de forma distinta, adquiriendo nuevos significados y reglas para entender este significado, actuaremos de forma diferente, y terminaremos cambiando la forma en que funciona la sociedad, bien subvirtiendo el orden existente, bien alcanzando un nuevo contrato social que reconozca las nuevas relaciones de poder que resultan de los cambios en la mente pública. Por tanto, la tecnología de la comunicación que moldea un entorno comunicativo determinado tiene consecuencias importantes en el proceso de cambio social. Cuanto más grande sea la autonomía de los sujetos comunicadores respecto a los controladores de los nodos de comunicación sociales, mayores serán las oportunidades para introducir mensajes que cuestionan los valores dominantes y los intereses en las redes de comunicación. (…) La reprogramación de las redes de significado afecta considerablemente al ejercicio de poder en todas la redes. (Castells, 2012: 531)

- Es así que, tanto académicos como Castells y especialistas como los integrantes de la Ecología de los Medios, coinciden en que efectivamente, la tecnología por sí misma no produce un cambio cultural y político, aunque ésta representa una herramienta que puede tener un efecto poderoso de naturaleza indeterminada.
- A manera de reflexión, se considera que la presente investigación aportó elementos suficientes para comprender a profundidad el fenómeno de las redes sociales digitales y su relación con la política en México, el cual sigue siendo un terreno poco explorado hasta el momento, dada la amplitud de conocimiento que significa el tema tecnológico en sí y la complejidad de la política. Sin embargo, el presente estudio permitió tener avances significativos en cuanto a la comprensión del tema respecto a su origen, procesos evolutivos y situación actual, lo que derivó en una comprensión a profundidad, que representa una base sólida para futuras investigaciones.
- Por otra parte, se considera que el marco teórico fue el adecuado para la explicación y comprensión del fenómeno estudiado, tomando como referente central la obra de Marshall McLuhan y sus aportaciones hechas en su obra ¨Comprender los medios de comunicación”, así como los casos de usos de redes sociales digitales en el mundo y las estadísticas

respectivas, todos esos elementos aunado a las entrevistas de los especialistas de la Ecología de los Medios, permitió tener una comprensión completa y profunda del tema de investigación; es decir, en primer lugar, comprender de dónde vienen y en segundo lugar, tratar de entender hacia dónde van.

- En cuanto al método y las técnicas de análisis, se puede decir que no fue fácil desde un inicio elegir el tipo de metodología a utilizar, dada la novedad y poca investigación al respecto sobre el tema de estudio, el cual, dado su carácter de exploratorio, requería de herramientas que permitieran en primer lugar, una compresión a profundidad del tema, un primer diagnóstico que sirviera de base para entonces poder establecer investigaciones más ambiciosas. De ahí que el método del estudio de caso, representó una herramienta adecuada para la consolidación de este primer objetivo considerado como alcanzado en la investigación.
- Sin embargo, aún quedan preguntas por resolver en futuras investigaciones sobre el tema, pues una vez obtenida la información que proporcionó el marco teórico, la metodología y sus resultados, es necesario plantearse preguntas clave, como un primer inicio, que representaría una segunda parte de esta investigación. En este punto, concuerdo totalmente con lo expresado por parte de los especialistas de la Ecología de los Medios y comparto sus interrogantes respecto a ¿Qué tipo de posibilidades tenemos nosotros con estos medios, con las redes sociales?, ¿El uso de estas redes sociales nos están ayudando a ser mejores personas o ha sido todo lo contrario?, con la existencia de estos medios ¿cómo es que se entiende la relación entre ciudadanos y gobiernos a través del uso de la tecnología?, ¿qué debates existen al respecto sobre los usos y alcances de este tema?, ¿qué es lo que estas tecnologías han hecho con nosotros como ciudadanos y como seres humanos?, ¿es lo que esperábamos?, ¿es así como lo queríamos o no?. Sin duda, la tecnología y el uso de nuevos medios como las redes sociales también representan problemas, como cualquier otro medio en su momento, y en este punto se considera que una

de las principales aportaciones que hace la disciplina de la Ecología de los Medios es, crear soluciones culturales a problemas tecnológicos, lo que deriva en comportamientos y actitudes diferentes como contrapeso el problema en sí.

BIBLIOGRAFÍA

AMAI. (2011). Actualización Regla AMAI NSE 8X7. Recuperado de www.**amai**.org/**NSE**/PRESENTACION_**REGLA_8X7**.pdf

América Economía (2013). México ocupa el 5° puesto en el mundo en uso de Facebook. Disponible en: http://tecno.americaeconomia.com/noticias/mexico-ocupa-el-5-puesto-en-el-mundo-en-uso-de-facebook [Consulta: 19 de enero de 2014].

AMIPCI. Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2013. Disponible en: http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos , consultado el 3 de enero de 2014.

AMIPCI. Hábitos de los usuarios de Internet en México 2012. Disponible en: http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos , consultado el 3 de enero de 2014.

Arellano, T., y Cárdenas, J.G. (2012). Las razones del abstencionista. En M. de los A. Mascott (coord.) *Reporte CESOP No. 55 "Elecciones 2012" Volumen I (pp. 22-29)*. México, D.F.: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Recuperado de: http://www3.diputados.gob.mx/camara/001_diputados/006_centros_de_estudio/04_centro_de_estudios_sociales_y_de_opinion_publica/003_accesos_directos/002_publicaciones/007_reporte_cesop/(offset)/12

Beltrán, C. (28 de agosto de 2012). Peña Nieto aventajó porque dio importancia a la campaña online: Alejandra Lagunes. *La Jornada.* Recuperado de http://www.jornada.unam.mx/2012/08/28/politica/003n1pol

Benassini, C. (2013). Un largo camino por andar, las redes sociales en las elecciones mexicanas 2012. Revista Mexicana de Comunicación. Enero-marzo.

Cansino, C. (2013). Redes Sociales, Análisis de. En Sánchez Galicia, J. (Ed.), *Treinta claves para entender el poder*, pp. 249- 261. México: Piso 15 Editores.

CapitalSocial Investigaciones. (2012). ¿Cómo le fue a los candidatos en sus cierres digitales de campaña? México.: CapitalSocial Investigaciones de México S.A. Recuperado de http://capitalsocialmexico.com/2012/06/28/como-les-fue-a-los-candidatos-en-sus-cierres-digitales-de-campana/

Castells, M. (2012). *Comunicación y Poder.* Tr. María Hernández. México, D.F.: Siglo XXI Editores.

Castells, M. (2013). *Redes de indignación y esperanza*. Tr. María Hernández. Madrid, España: Alianza Editorial.

Centennial. [Marshall McLuhan Speaks]. (2012, agosto 28). Introduction from Tom Wolfe. [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=f1RNLFlYfVk

Chomsky, N. (2012). *Ocupar Wall Street.* Tr. Javier Fernández de Castro. Barcelona, España: Ediciones Urano, S.A.

CNN México. (2012). #Yosoy132 busca convertir las protestas en organización entre jóvenes. México, D.F.: Expansión, S.A. de C.V. Recuperado de http://mexico.cnn.com/nacional/2012/05/23/yosoy132-se-manifiesta-en-la-ciudad-de-mexico

Consulta Mitofsky. Estudio "¿Qué tan importante en nuestra vida es el celular y el Internet?". Disponible en: http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2013/NA_Importanciacelular%20e%20Internet.pd , fecha de consulta 3 de enero de 2014.

Crespi, I., (2000). El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. Tr. María Gómez y Patiño. Barcelona, España.: Editorial Ariel, S.A.

de Información y Documentación para la Industria (INFOTEC).

Esquivel, G. (17 de junio de 2012). El Placer de Disentir [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://gerardoesquivel.blogspot.mx/2012/06/redes-sociales-y-yosoy132.html

Fordham University. (2007). Lance A. Strate Biography. Nueva York, E.U.: Fordham University. Recuperado de http://faculty.fordham.edu/strate/

Fordham University. (2014). Mike Plugh Biography. Nueva York, E.U.: Fordham University. Recuperado de http://legacy.fordham.edu/academics/programs_at_fordham_/communication_and_me/faculty/mike_plugh_88731.asp

Foro sobre la Eficacia del Desarrollo de las OSC. (2009-2011). Manual de Promoción. Recuperado de http://cso-effectiveness.org/IMG/pdf/120109-of-advocacy-toolkit-es-web-2.pdf Fecha de consulta: 30 de septiembre de 2014.

Framingham State University. (2015). Deparment of Communication Arts, Faculty. Framingham, Massachusetts, E.U. : Framingham State University. Recuperado de http://www.framingham.edu/communication-arts/faculty.html

Galindo, J., y González, J.I. (2013). *#YoSoy132 La primera erupción visible.* Ciudad de México: Global Talent University Press.

Gleick, J. (2012). La información: Historia y realidad. Prólogo. Ed. Grupo Planeta. España. Disponible en: https://play.google.com/store/books/details?id=d_iBaqKmMY8C&source=gbs_api

Glosariodigital.com. (2012). Social Media Movimiento #YoSoy132. México: Creative Commons Reconocimiento-Sinbraderivada 2.5 . Recuperado de

http://www.glosariodigital.com/social-media/movimiento-yosoy132-infografia-actualizada/

Gómez Mont, Carmen (2012). Redes Sociales y Elecciones, usos e incidencias. Revista Mexicana de Comunicación. Abril-junio.

González del Miño, P. (2012). La utilización de las redes sociales como activismo político en Egipto: La Revuelta 2.0 en el contexto de la "Primavera Árabe". Revista de Teoría y Geoestrategia Iberoamericana y Mediterránea. Recuperado de http://labalsadepiedra.org/autores/paloma-gonzalez-del-mino/la-balsa-de-piedra-no8-2/

IAB México. Estudio de consumo de medios digitales entre internautas mexicanos 2013. Quinta edición. Disponible en: http://www.iabmexico.com/Estudio_Consumo_Internautas_2013_Mexico, consultado el 3 de enero de 2014.

INEGI. Boletín, Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2013. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/boletines/boletin/Comunicados/Especiales/2013/Noviembre/comunica46.pdf , consultado el 3 de enero de 2014.

INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/

INEGI. Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares, 2012. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/ENDUTIH2012.pdf , consultado el 3 de enero de 2014.

Instituto de Comunicación Política. (2014). #Redessociales #México. Recuperado de https://www.facebook.com/ICPIberoamerica/photos/a.166614276711973.30723.166581710048563/801391666567561/?type=1&theater

Instituto Federal de Telecomunicaciones. Telefonía móvil. Participación porcentual de suscripciones en las principales ciudades, 2012. Disponible en: http://siemt.cft.gob.mx/SIEM/#!prettyPhoto/53/ , fecha de consulta 16 de enero de 2014

Instituto Universitario de Investigación Biocomputación y Física de Sistemas Complejos. (2011). El Proyecto. Universidad Zaragoza. Recuperado de http://15m.bifi.es/index.php

Internet World Stats. Usage and Population Statistics. Disponible en: http://www.Internetworldstats.com/stats.htm , consultado el 3 de enero de 2014

Investigación y Ciencia. (2013). La evolución digital del movimiento Occupy Wall Street. Recuperado de http://www.investigacionyciencia.es/noticias/la-evolucin-digital-del-movimiento-occupy-wall-street-11243 Fecha de consulta: 30 de septiembre de 2014.

Islas, O. (2013). La contribución del pensamiento de Robert Logan al desarrollo de la Ecología de los Medios. Razón y Palabra. Primera Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación. Disponible en: http://razonypalabra.org.mx/N/N85/V85/40_Islas_V85.pdf

Kratos. (2014). Política 2.0 en México. Recuperado de http://www.slideshare.net/sanchezgalicia/poltica-20-en-mxico?qid=d3a0b7a7-d8e2-43c9-b387-903772c7f63d&v=default&b=&from_search=8

Logan, R. (2009). The convergence of the codex book and the e-book. TripleC 7(1): 88-93.

Logan, R. (2010). *Understanding New Media Extending Marshall McLuhan.* New York, United States of America: Peter Lang Publishing, Inc.

Logan, R. (2013). *What is information?.* Ed. DEMO Publishing.

Los Angeles Times. (2008). Obama, the first social media president. Los Ángeles, E.U.: Los Angeles Times Media Group. Recuperado de http://latimesblogs.latimes.com/technology/2008/11/obama-the-first.html

Magis. (2008). Las redes de Obama (o de cómo internet acercó a los votantes). Tlaquepaque, Jal. México.: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. Recuperado de http://www.magis.iteso.mx/node/275%20/

Manrique, M. y Mikail, B. (2011). El papel de los nuevos medios y las tecnologías de la comunicación en las transiciones árabes. Rev. Policy Brief. No. 69, 1-6.

Martínez, Omar (2012). Proselitismo Digital, cifras y asertos en 140 caracteres. Revista Mexicana de Comunicación. Abril-junio.

Mashable. (2012). How the Arab World Uses Facebook and Twitter [INFOGRAPHICS]. Recuperado de http://mashable.com/2012/06/08/arab-world-facebook-twitter/

McLuhan, M. (2009)[1964]. Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. España, Ed. Ediciones Paidós Ibérica.

Media Ecology Association. (1999-2009). Media Ecology 101 – An Introductory Reading List. Recuperado de http://www.media-ecology.org/media_ecology/readinglist.html , consultado el 30 de abril de 2014.

Media Ecology Association. Disponible en: http://www.media-ecology.org/

Neal, C. y Sarah, G. (2011). Occupy Online: Facebook and the Spread of Occupy Wall Street. Recuperado de http://ssrn.com/abstract=1943168 Fecha de consulta: 30 de septiembre 2014

Noëlle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Tr. Javier Ruíz Calderón. Recuperado de http://capacitacion.iedf.org.mx/moodle/seminario/lecturas/lecturas/sesion2/La_Espiral_del_Silencio.pdf

Nystrom, C. (1973). What is Media Ecology? Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html Fecha de consulta: 27 de marzo de 2014.

Paz, Marco A. (2009). Redes Sociales: La nueva oportunidad. México, Ed. Fondo

Paz, Marco A., Cabrera S. y Sánchez H. (2009). *Política 2.0. La reinvención ciudadana de la política.* México, Ed. Fondo de Información y Documentación para la Industria (INFOTEC)

PortalPolitico.tv .(2012). Cifras de la campaña electoral de Enrique Peña Nieto. México, D.F.: PortalPolitico.tv. Recuperado de http://www.portalpolitico.tv/content/site/module/news/op/displaystory/story_id/42057/format/html/

Postman, N. (1970) What is Media Ecology? Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html Fecha de consulta: 27 de marzo de 2014.

Postman, N. (1998, marzo 28). Five Things We Need to Know About Technological Change. Congreso The New Technologies and the Human Person: Communicating the Faith in the New Millennium. Congreso llevado a cabo en Denver, Colorado. Recuperado de http://web.cs.ucdavis.edu/~rogaway/classes/188/materials/postman.pdf

Proceso. (2012, 1 de Agosto). Se globaliza #Yosoy132; cuenta con 52 células en distintas partes del mundo. *Proceso.* Recuperado de http://www.proceso.com.mx/?p=315804

Rivadeneira, R., (2010). La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio. –4ª ed.-- México, D.F.: Trillas.

Rochester Institute of Technology. (2010). Susan Barnes Biography. Nueva York, E.U.: Rochester Institute of Technology. Recuperado de https://www.rit.edu/academicaffairs/facultyscholarship/person.php?username=sbbgpt

RTVE. [Para Todos La 2]. (2013, junio 28). Manuel Castells, indignados y redes sociales. [Archivo de video]. Recuperado de http://www.rtve.es/alacarta/videos/para-todos-la-2/para-todos-2-entrevista-manuel-castells-indignados-redes-sociales/1903111/

Sandstrom, G. (2012, noviembre 11). Social Epistemology Review and Reply Collective [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://social-

epistemology.com/2012/11/11/gregory-sandstrom-laws-of-media-the-four-effects-a-mcluhan-contribution-to-social-epistemology/

Sin embargo.mx .(2012). Candidatos firman pacto de civilidad del IFE. Recuperado de http://www.sinembargo.mx/suspirantes-2012

Socialbakers. (2012). Elecciones presidenciales el barómetro de los candidatos en Facebook. Recuperado de http://www.socialbakers.com/elections/mexico-es/?ref=article

Soules, M. (2007). Media Studies. Vancouver, Canadá.: Malaspina University-College. Recuperado de http://www.media-studies.ca/articles/mcluhan.htm

Strate, L. (1999). An Overwiew of Media Ecology. Disponible en: http://www.media-ecology.org/media_ecology/index.html Fecha de consulta: 27 de marzo de 2014.

Strate, L. [Canale di mcluhanstudies]. (2013, enero 13). What kind of discipline is Media Ecology. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=VmvhgRFHHOM&list=LLEqBxxEF8WLKSnB4NDnAvEw&feature=mh_lolz , consultado el 30 de abril de 2014.

The Fifteenth Annual Convention of the Media Ecology Association. (2014). Confronting Technopoly. Toronto, Canadá.: Media Ecology Association. Recuperado de http://www.media-ecology.org/activities/2014MEAProgram.pdf

Túñez, Miguel; Sixto, José. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social,* Sin mes, 1-25. Disponible en: http://www.redalyc.org/pdf/819/81921340015.pdf , consultado el 19 de enero de 2014.

Vipnet360. (20 de mayo de 2011). El Movimiento 15-M crece espectacularmente con las redes sociales como caldo de cultivo [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://www.vipnet360.com/democracia-real-ya/

World Internet Project Capítulo México. Estudio 2012 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas. Disponible en: http://www.wip.mx/estudios_wip.html, consultado el 18 de agosto de 2013.

World Internet Project Capítulo México. Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas. Recuperado de http://www.wip.mx/estudios_wip.html , consultado el 14 de diciembre de 2013.

Yin, R. (1993). *Applications of case study research.* Newbury Park: Sage Publications.

ANEXOS

ANEXO 1.
VERSIONES ESTENOGRÁFICAS DE ENTREVISTAS A ESPECIALISTAS DE LA ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS

ENTREVISTADO: DR. NIALL STEPHENS

1. **¿Qué es la Ecología de los Medios?**
Por lo que yo entiendo, sobre todo a través de Postman, la ecología es un medio simbólico, la cultura y mi crítica es que hay que expresar más no sólo de la ecología, el ambiente mediático, hay que pensar la ecología realmente pensando en todo. La Ecología de los Medios es una ecología simbólica, pero debería profundizarse más, los lazos entre lo material y lo abstracto son importantes.

2. ¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la Ecología de los Medios?
Postman sobre todo, estos tipos hablaban de la televisión, es interesante pensar cómo la televisión, ellos hablaron de la televisión como algo electrónico, medios electrónicos y es interesante ver sobre todo con McLuhan, porque él ha escrito sobre la televisión, vale para pensar en las redes sociales, un fenómeno de los últimos años, la última década. Esa red, es una dinámica más ecológica. Pero a Postman le gustaba mucho la cultura basada en los libros él era muy conservador en ese sentido.

3. ¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?
Otra vez, una crítica fundamental de Postman para mí, él fue muy conservador en ese sentido, él quería decir, esto es la tecnología, nosotros somos los humanos, la tecnología nos hace mal, hay una cosa que ellos tienen como ecológico, es la idea del equilibrio, eso no es necesariamente para mí, desde mi punto de vista, el equilibrio no necesariamente tiene que ver con la ecología, creo que en realidad un ecosistema tiene un equilibrio permanente, pero él (Postman) tienen una visión del equilibrio, por eso quiere estar con los medios impresos y no quiere estar más allá de eso, pero tampoco quiere estar en el pasado, para él ese es el equilibrio

4. En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?
La contradicción, la atención entre las posibilidades que ofrecen para la comunicación, están ahí estas redes sociales electrónicas y la realidad política desde que viene desde arriba todavía. Yo creo que la perspectiva en general, pero es también el punto de vista de Postman, que esto no es bueno, que realmente esta tecnología es malo (sic) para la democracia, para Postman democracia es la lectura y los libros y la cultura donde la gente hacía argumentos y hablaba entre sí y pasaba horas hablando sobre la política pensando juntos en su entorno, en su sociedad y ahora, diría Postman, creo, el hecho de tener 140 letras para escribir esa forma de comunicación es muy fragmentada no da oportunidad para

realmente profundizar y realmente discutir y entender juntos, llegar a un entendimiento compartido de la realidad que uno vive y de qué es lo queremos hacer para vivir juntos e influir en nuestra realidad política y social. Entonces eso sería la crítica, no es optimista, de repente es demasiado pesimista. Por un lado es bueno, hay cosas que pasan que no se podían hacer antes, pero es muy bueno para retar a otras perspectivas, por ejemplo de Henry Jenkins, la gente que habla de "participatory", es un profesor bien conocido de University of Southern California, varios libros ha escrito. Henry Jenkins habla de participación y es muy optimista en cuanto a la tecnología, el libro que escribió fue "participatory culture", también "convergence culture", un libro con mucho éxito, leído por muchos y va con lo que llama la "technnopoly" de Postman porque dice lo que quieren escuchar los que tienen plata y poder, que esta tecnología es buena y puede mejorar la democracia. Por acá están diciendo ¡no!, no mejora. O sea son dos posturas distintas.

5. ¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías (como decía Postman, se trata de que nosotros utilicemos las tecnologías, no de que ellas nos utilicen a nosotros)?

Claro, ese es el reto, para Postman el reto es que nosotros los usemos como herramientas. Yo creo que él no llegó suficientemente lejos con eso, él pensaba como yo te decía, él puso la humanidad acá y las máquinas allá y decía: lo que nosotros tenemos que hacer es dibujar o poner esa línea, esa frontera, muy fuerte. Claro que nosotros somos humanos, que nuestros valores son los que tienen que moldear, pero lo que en realidad está pasando con la "technopoly" es que no es así, nosotros tenemos cosas que son humanos y máquinas cada vez más conectado íntimamente. Hay un tipo en China que quiere, está buscando los genes para la inteligencia, entonces no dudo, es seguro decir que esto va a pasar o cosas muy raras van a pasar y no sé si se pueda hablar de "post-human", o sea, somos organismos pero tenemos también dimensiones, tecnología dentro del cuerpo, hay ojos que son electrónicos que se pueden usar ahora, son muy crudos pero están ahí, de modo que se implantan en el ojo, cosas electrónicas que también se hacen para los orejas, están haciendo cosas muy locas en MIT, en los laboratorios alrededor del mundo con combinación de la informática y la biología, tienen la información genética, se puede traducir ahora a información digital, pero también se puede hacer al revés. Estamos ahora en la edad informática, no de electricidad, yo uno podría decir que McLuhan y Postman hablaban de la edad de la energía porque muy antiguamente, antes de Einstein, lo fundamental era material, masa, después la energía y ahora la información, realmente la información para que tiene su vida propia, entonces realmente se ve que "technolopy" está ganando mucha más fuerza de lo que vio en Postman. Entonces, es un reto tremendo. Yo creo hay dos dimensiones, uno es súper filosófico sin sólo pensar en lo que está pasando y el otro es qué es lo que vamos a hacer para hacer dentro de lo posible que realmente somos nosotros los que estamos utilizando, no al revés. Pero yo creo que hay muchos retos, está lo político, que tú dices quizás, por un lado está, el reto está ahí, que esto le da mucho poder a los que ya tienen poder, una cosa que no se reconocía antes, se reconoce mucho mejor ahora, después de Snowden y todo eso, por lo menos en

América del Norte está más presente, está eso. La educación era una preocupación de Postman, esa era la respuesta a todo, pero entonces habría que educar a la gente, a los niños, a usar las tecnologías, no a distanciarnos de ellos. Y lo filosófico que yo creo es que a lo mejor no es bueno ni malo, tiene sus cosas malas, sus cosas buenas, las cosas cambian, el mundo cambia, incluso los humanos pueden dejar de ser humanos, pero eso no tiene que ser así, estamos en un mundo donde hay muchas cosas malas ya, ahora mismo, en el pasado también teníamos cosas malas, en el futuro también vamos a tener, pero también tenemos cosas buenas. Pero la aportación es que no es ni utopía o lo contrario, hay que mirar al futuro, mirando el presente, el pasado, siempre hay que trabajar para hacer un mundo mejor.

6. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

A lo mejor tiene que ver con lo que tú decías, la cultura es más importante. La respuesta aquí no sería lo tecnológico, es cultural, pero se puede expresar a través de la tecnología, o sea, se puede hacer demandas, decir a los gobernantes, a las autoridades, se puede decir "nosotros exigimos tal cosa, exigimos ser parte de la conversación, que seamos parte del proceso", pero hay un rol para la tecnología, no porque la tecnología es tan maravillosa, pero sí porque es parte de la vida ahora.

7. ¿Es posible a partir de la Ecología de los Medios acceder a una reconstrucción de la ingeniería social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

Mira, tú has escuchado esta crítica de "tecnological determinism", no somos nosotros los que estamos utilizando la tecnología, sino todo lo contrario. En cuanto es cierto esa crítica y creo que tiene mucho, si quedamos con esa idea habría que decir desde esta perspectiva en lo que va a pasar es que el tejido social se retejerá quizás pero de otra forma, o sea, la familia a lo mejor no será tan unida o cambiará en todo caso, no voy a decir lo que va a predecir en particular, pero sí en general va a retejer el tejido social y a lo mejor más extensa y menos intensiva, o sea la familia es muy intensiva pero las relaciones ahora son más extensas y menos profundas también. Pero yo no soy pesimista, uno puede decir que hay como dos respuestas a este fenómeno, al problema, uno es fortalecer la familia, es decir, la familia es importante, mantener lo tradicional hasta cierto punto, lo otro sería, en inglés se dice "embrace", abrazar la tecnología, decir: mira esto da oportunidades para la gente que ya marginada, aislada a tener comunidades virtuales ¿cierto?, de gente gay que vive en el campo, conoce a otra y tiene un acceso a la comunidad, eso es una posibilidad, gente marginada por muchos motivos, muchos aspectos distintos, puede tener, acceder a otra gente en Internet. Pero a lo que voy es que, está lo tradicional como respuesta y lo otro, la tecnología como respuesta y la respuesta tecnológica es una respuesta a un problema que existe, podría ser ya por la tecnología que ya ha desintegrado un poco la familia, pero entonces la respuesta es más tecnología que va a seguir con ese proceso pero quizás tiene su lado bueno. Lo que tú no mencionaste cuando

hablabas de las revoluciones en Egipto, en México es la “surveillance” (vigilancia), lo que hace la NCA, lo que Snowden ha revelado que es “big brother”, que estos medios sirven no sólo para que la gente pueda conectarse, sino para que los poderes sepan mucho de nosotros, aquí va otra vez lo post-humano, ni siquiera tiene que ser una persona que nos conoce, Netflix nos conoce, sabe que a mí me gusta este tipo de películas y a ti te gusta otro tipo de películas, entonces hay un conocimiento allá que ni siquiera lo tiene el jefe de Netflix, él no sabe nada de mí o de ti, pero el computador sí, entonces eso es algo muy interesante y eso nos saca poder a nosotros y los lleva a otros, entonces eso es la consecuencia política y como la agenda del poder, del nuevo ambiente de los medios, la agenda, la meta es mantenerse invisibles, o sea, no quiere tener la conversación democrática, queremos tener todos estos dispositivos hasta en la ropa, en todos los medios, en nuestro teléfono, pero como digo hasta en la ropa y quizás debajo de la piel, digo realmente esto quizás no es, es invasivo pero realmente la gente no se da cuenta, pero con la ropa, ¿tú sabes lo que son los RFID chips?, son chips que llevan información, son muy pequeñas y mi pasaporte por ejemplo lo tiene, ropa que tu compras en la tienda y ahí con esos dispositivos, pueden conocer, pueden saber, ellos pueden saber, no sé quiénes son ellos, digo otra vez, no son necesariamente humanos es la máquina, saben dónde estamos, saben si estamos llevando la ropa, si vamos a una tienda y compramos ropa incluso van a saber, esto no es, incluso una locura, pero es real, pueden analizar, ya compramos ropa en una tienda antes, qué es lo que he comprado y después con acceder a toda la información vamos a identificarme para conocer mis características de consumismo, comerciales, pero también tiene su aplicación para lo político y eso no nos da poder….

8. Pero no entiendo, ¿la gente por qué usa una ropa con chip?
A eso iba, es que no hay una conversación de esto, nadie ha dicho ¿es buena idea poner esto en la ropa?, ¿quieren ustedes los consumidores, los ciudadanos, tener este chip en tu ropa?, ¿lo quieren en el pasaporte?, o sea no es una conversación, es casi como las cosas que son importantes en el futuro dado el cambio tecnológico que se da, no se habla, porque la gente está mirando todavía quizás para atrás, el mundo está cambiando y nuestras instituciones políticas y nuestro discurso político, ni siquiera está orientado hacia los problemas que surgen a raíz de estos cambios y los expertos, los ingenieros saben lo que pueden hacer, pero no se plantea en la esfera pública y eso es fundamental a cómo funciona el poder ahora, quiere ser invisible, quiere entrometerse mucho en nuestras vidas, saber todo de nosotros, pero no quiere que nosotros sepamos nada de él.

ENTREVISTADO: DR. YOSHUA MEYROWITZ

1. ¿Qué es la Ecología de los Medios?
La Ecología de los Medios envuelve desde mi punto de vista el estudio de los medios como tipos de escenarios, entornos, humanos, creados y que interactúan entre sí, es una distinción de formas típicas que estudian los medios de comunicación y la mayoría de los estudios sobre medios de comunicación

realmente no son sobre la carga de los medios de comunicación, sino acerca de las cosas que tienen que estar en los medios de comunicación como el contenido, los mensajes y la Ecología de los Medios tienda más a centrarse en diferentes tipos de comunicación y cuáles son las implicaciones o diferencias, interactúa con preguntas de contenido porque hay ciertos tipos de contenido que parece trabajar mejor en un medio que en otro y también hay diferentes influencias del mismo contenido, algunos de los ejemplos más famosos han sido la biblia, o el primer tema de la mayor censura fue la imprenta que le dio la vuelta al monopolio de la iglesia católica sobre la salvación con la escasez de manuscritos que fueron sobrescritos con la impresión, particularmente con las traducciones de la lengua de la gente, incluso las lenguas vernáculas, lo que permitió a las personas tener una lectura de la biblia, tener un acceso erróneo a la palabra de Dios y luego subrayar que la iglesia católica probablemente lo facilitó, y los movimientos o reformas puede preexistir la imprenta, pero luego tienen esta nueva arma (...) la reforma y luego el secularización de la sociedad y la difusión del conocimiento científico, por lo que si se toma el tipo de preguntas que la mayoría de la gente pregunta acerca de los medios de comunicación, que es: ¿quién controla los medios de comunicación, fue el contenido, fue la influencia del contenido, ¿se puede sólo mirar el contenido?, todos ellos se han equivocado acerca de la imprenta, porque por lo general la imprenta estaba bajo el control de la iglesia, de la corona, que es la monarquía, y la iglesia católica, pero en lugar de apoyar, la monarquía en lugar de apoyar, la religiosidad (...) la forma de la iglesia católica, en lugar de aumentar la religiosidad de la sociedad, la prensa de impresión de forma automática después de mucha lucha, permitió el desarrollo de los sistemas constitucionales (...), además de la reforma, la ciencia, la religión en general. Así la Ecología de los Medios, o lo que yo llamo la totalidad de medios, es buscar en cada medio de comunicación, tomar de otros medios de comunicación, reescribir los medios de comunicación, es tomar otros tipos de medios de comunicación, creo que es mejor tener una visión tanto del pasado y el futuro, así como los largos plazos de influencia en los cambios de los medios de comunicación, eso sería todo.

2. ¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la Ecología de los Medios?

Los nuevos medios de comunicación, creo que son una gran preocupación muy generada acerca de quién controla las redes, las redes sociales, Facebook, las empresas de telefonía celular que comparten el (...) el gobierno, la industria nos focaliza en varias maneras. Pero creo que no podemos negar la otra influencia de este medio, cambiando la dinámica de quién tiene acceso a la información y quién tiene acceso a la producción de medios de comunicación, como lo que estás haciendo en este momento, ahora estás utilizando la tecnología de la industria y el poder corporativo y estamos creando nuestro propio artefacto de comunicación, tal vez pueden ser pasivos, estos medios no van a hacernos libres e independientes en cualquier sentido político y económico, sólo en la medida que trabajemos juntos, de manera colaborativa para luchar contra los poderes de las personas, tenemos algunas herramientas para hacerlo; las herramientas que se utilizan en

contra de nosotros en algunos aspectos, pero también las herramientas que podemos utilizar para defendernos. Así que, creo que la Ecología de los Medios es un buen punto de vista para observar los tipos o lugares de los medios de comunicación y los tipos de cosas o personas de los medios de comunicación, la lucha dentro de la lucha, en vez de simplemente observar la influencia de los mensajes, como las imágenes de la violencia, la vida real de las personas, la violencia para los niños que han accedido, en realidad es información sugerente para que sean más activos sexualmente, estas son preguntas importantes, pero no son las únicas preguntas en Ecología de los Medios debido a que hay un panorama más amplio para comprender y cómo los medios de comunicación se convierten en formas de comunicación que tienen una influencia en una parte de los mensajes particulares. Pero creo que la gente reconoce ahora más de ellos (lo hizo ...) la Ecología de los Medios por primera vez, no puedes reducirla a esto, el Internet, los sitios de medios sociales, sólo a los mensajes de las personas que se están enviando entre ellos, en algunas noticias o forma de interacción que las personas tienen entre sí, eso es posible debido a que este nuevo medio tiene nuevos constreñimientos que de alguna manera forman y limitan, y se expanden de una forma única, estas formas de interacción que nos hacen humanos.

3. ¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?

El futuro de la Internet y las redes sociales es profundizar en ellas, quiero decir, no por nuestro nombre y hay muchos videos que están controlados. Creo que el reto más grande para nosotros es tan simple ahora, grabando cosas, compartirlas, ponerlo en línea, enviarlas a tus amigos, pero creo que es más difícil de entender es ¿por qué estamos haciendo o rehaciendo?, ¿cuáles son los implicaciones políticas y sociales de estas cosas, la forma en que mantenemos amistades genuinas e íntimas con las personas que salimos, la manera en que los llamamos amigos a muchos, muchos extraños, cuando hay tantas cosas por ahí. Tenemos observar lo que es importante y también debemos pensar cuáles son las implicaciones políticas de lo que estamos haciendo, quién se beneficia de ser distraído por todos los mensajes, cómo nos llevamos con los demás cuando somos amigos o completos desconocidos, por correo electrónico y mensajes de texto y Twitter y si necesitamos regresarnos y averiguar cuál es el futuro que queremos tener con estas cosas u organizarnos, junto con otras personas y buscar algún líder que salga y nos lleve a una libertad mayor, pero en realidad averiguar colectivamente lo que a la gente promedio le gustaría hacer y ver qué tipo de mundo tenemos en este momento pero, las principales personas que nos venden esas cosas y el complejo militar-industrial, los profetas de la guerra y la destrucción y el saqueo de los recursos del mundo están aún en marcha y creo que mucha gente de nuevo infiere que hasta las formas o las organizaciones sociales de protesta todavía están en su etapa infantil. Creo que el futuro está en nuestras manos, pero no es simple y ciertamente tampoco está creado sólo por la capacidad de los medios de comunicación, para hacer ciertas cosas tenemos que atraer el poder de estos medios de comunicación y unirnos al poder de las

organizaciones sociales y hacer esfuerzos de colaboración para crear el mundo que queremos ver.

4. En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?

Las redes sociales están incrementando y los políticos se unen en las redes sociales y las personas se están organizando para apoyar a los candidatos políticos en las redes sociales, además de las contribuciones económicas a través de las redes sociales, creo que puedo recibir alrededor de 50 correos electrónicos al día preguntándome si puedo enviar algunos dólares aquí o allá, y así tienes en un tiempo promedio a gente involucrada y tienes gente muy muy rica tratando de organizar las organizaciones de base para influir en las cosas en su dirección, por lo que Estados Unidos tiene las cooperativas y multimillonarios que ayudan a financiar a los partidos políticos, partidos de Boston, los partidos no solo estaban en contra de los británicos, sino también contra el poder corporativo de estas compañías, la segunda parte parece que se ha perdido ya sea por designio o por ignorancia, muchas personas del movimiento de los partidos políticos realmente facilitan las cosas que están destruyendo la vida de muchas personas en términos de destrucción ecológica y no regulan a las empresas, permitiéndoles contaminar o empresas que se llevan los recursos deteniendo los servicios de salud colectivos y otros sistemas, de nuevo, no es …La tecnología facilita todas las formas de interacción, muchas formas de interacción tienden a existir, y tenemos que ser más pensantes y calcular una estrategia para convertir esto en el mundo que queremos ver. Así que están completamente implicados en el proceso político y todos los pequeños clips de imágenes como usted está grabando de mí ahora, podrían típicamente canonizar, decir algo y que pueden ser utilizados en contra de algún tipo de elección (...) Así que los políticos están tratando de detener ese tipo de cosas, intentando controlar y este tipo de artefactos con las que compiten los medios de comunicación que dan forma a la política.

5. ¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías (como decía Postman, se trata de que nosotros utilicemos las tecnologías, no de que ellas nos utilicen a nosotros)?

Supongo que ya respondí a esta pregunta sobre los retos de los ciudadanos, lo que acabo de decir es que tenemos que actuar.

6. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

A menudo los gobiernos son poco éticos y dieron una forma nueva de los países desarrollados después de la imprenta, nuevos sistemas constitucionales estaban en una sala de estructuras sobre la democracia remota y creo que al igual que la imprenta dio una nueva forma donde la impresión de documentos constituían en realidad los acuerdos de personas hechos entre sí mismos y creo que estamos viendo una nueva necesidad de una nueva forma de gobierno, sin elegancias gubernamentales o tal vez estar lidiando con esas elegancias gubernamentales,

creo que va tomar un tiempo tal como lo hizo en algún momento la imprenta sobre la mente, la monarquía, aún tenemos monarquías que probablemente están cambiando. Creo que todavía estamos en una batalla con el sistema antiguo de años, tenemos estructuras nacionales que pre-facilitan por su grado de alfabetización y la lengua vernácula y las personas que compartían el mismo lenguaje, de hecho miraban un libro y tenían un sentido de comunalidad con todas las personas que hablaban el mismo idioma, eso los ayudó a romper los límites. Creo que esos son probablemente estructuras intercreadas, y no va a ser fácil, desafortunadamente habrá mucha violencia, pero creo que más y más personas están viendo la comunalidad a través de las fronteras, la gente de todo el mundo en contra de los gobiernos que reaccionan a menudo con gran furia, la policía que golpea. Creo que los principales medios de comunicación convencionales de nuevo tienen más y más retos, recursos para registrar, grabar una variedad de cosas, el incremento de más documentalistas y productores de noticias independientes todavía no es suficientemente poderoso, pero tenemos que hacer mucho trabajo para utilizar estas tecnologías simplemente increíbles, que son expansivas y poderosas, pero aún requieren de tiempo, investigación y dedicación para tener el mundo que queremos ver, el cual es más justo, con democracia real, es más respetuoso con la gente en diversidad, la palabra no es la única respuesta a cualquier problema y donde las personas se dan cuenta de que los recursos mundiales debe ser compartidos con todo el mundo y que no sólo deben tenerlos la gente rica que vive sobre la gente sin hogar en las calles o peor. Creo que estas tecnologías permiten un mundo más justo, y espero que si no vivo lo suficiente para verlo, por lo menos que mis hijos y nietos lo vean.

7. ¿Es posible a partir de la Ecología de los Medios acceder a una reconstrucción de la ingeniería social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?
No respondió

ENTREVISTADO: DR. MIKE PLUGH

1. ¿Qué es la Ecología de los Medios?
La dificultad en la definición de Ecología de los Medios es que hay muchas similitudes entre los académicos, pero también hay una gran cantidad de diferencias, creo que hay un núcleo de ideas y por lo general esas ideas vienen a partir de un núcleo de filósofos y pensadores incluyendo McLuhan y Postman, pero las personas que vienen a la Ecología de los Medios y vienen ya a menudo con idea y les gusta explorar esa idea a través de las formas que se han desarrollado y hablando de los medios de comunicación desde el punto de vista ecológico es difícil decir lo que es, excepto decir que McLuhan tiende a ser una figura central porque comienza con la idea de que el medio es el mensaje, lo que

nosotros vemos es la forma como primaria y el contenido como secundario y la forma de cualquier medio de comunicación crea un entorno simbólico y le da forma a todas las cosas que los seres humanos construyen fuera de los procesos de comunicación, como la sociología, la psicología y la cultura. Así que creo que el cambio ha sido, si tomamos a McLuhan y Postman por ejemplo como dos personajes principales, el cambio se ha estado moviendo desde la concepción de McLuhan de los medios de comunicación a un cimiento filosófico más pleno tal vez, la obra a la que a menudo se refirió es la tesis de Christine Nystrom, donde se introduce la teoría de sistemas a la ecología de medios, si tú hablas con algunas de las personas de Ecología de los Medios como Bob Logan no (...) este tipo de trabajo, la teoría de sistemas y la cibernética eran parte del pensamiento de McLuhan y fue sin duda (..) y tenía curiosidad sobre el hombre, creo que se volvieron plenamente más efectivos más allá de McLuhan con la gente que se graduó en el programa de la Ecología de los Medios en NYU, académicos independientes y hasta la fecha y siempre hay nuevos lugares para ir y hay gente que desemboca en personajes distintos para añadir a la clase de conversaciones que podemos tener y creo que hay gente que realmente no le emociona trabajo nuevo, pero el propósito de entender la Ecología de los Medios, lo primero que debemos entender es que siempre va a ser imposible decir lo que es, cómo se ve o se siente, es tan importante como tratar de definirlo de alguna manera arreglada.

¿Esto es tal vez porque el concepto de la Ecología de los Medios nunca está fijo, siempre está cambiando, siempre habrá nuevas formas de explorarlo?
Sí y creo que también sale de la alegría que va con el tipo de pensamiento de muchos ecologistas de los medios y personajes de la Ecología de los Medios a favor de los derechos de McLuhan, McLuhan era un punto monológico que siguió en línea recta una idea a la siguiente, es analógico e hizo cosas yuxtaponiendo cosas curiosas o tipos de cosas paradójicas y las personas que tienden a trabajar en entornos académicos, gente que sigue su tradición académica y aprueba o conecta de una manera particular, tal vez psicológicamente ¿verdad? y así es el resultado, los paradigmas científicos son el entorno principal del mundo académico que a menudo significan la causa y el efecto en el tipo de investigación y sabes que si nos fijamos en el cuerpo de trabajo que McLuhan hace, le gusta hablar de (…) ya sabes, (…) la tétrada es interesante de esa manera y ciertamente, es algo que no siempre es bien recibido y para aquellas personas que (gravitaban) en la Ecología de los Medios hay una serie de personas que tienden a hacer un estilo de trabajo más científico académico tradicional y otras que tienden a ser más interesantes y en las sensaciones o expresiones de las ideas y yo creo que por eso también es muy difícil encontrar una amplia aceptación en la comunidad académica y por eso es difícil definirlo.

2. ¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la Ecología de los Medios?

Creo que la forma de entender las nuevas tecnologías y los nuevos medios es a menudo, en primer lugar, comprender de dónde vienen, porque por mucho que nos guste identificarlos como nuevos, hay muchos de ellos que de hecho son viejos y tan antiguos como la percepción humana y la expresión de la comunicación y así las formas tienden a ser nuevas, o nuevas configuraciones de las cosas antiguas, pero siempre y cuando entendamos que significa, en términos de su antigüedad o cualidades de tipo humano-nativo, es más fácil ponerlos en perspectiva; la Ecología de los Medios tiende a empezar por hablar de cosas como la oralidad y la alfabetización y la oralidad y la alfabetización son las formas en lugar de la premodernidad, la modernidad y la posmodernidad, en la Ecología de los Medios a la gente le gusta hablar en términos de oralidad y escritura, ya sabes, y en términos de entornos electrónicos o ambientes digitales y así, pero esas en esencia son categorías oficiales y estamos hablando de características y transformaciones y no es que, no hay una línea arreglada, termina una y empieza la otra, todo lo relacionado con el medio ambiente antiguo se ha ido; de lo que estamos hablando es una ola, olas de transformación que toman mucho tiempo y no se lavan totalmente de la playa, sólo se remodelan, hablamos de nuevos medios de comunicación y creo que lo que hacemos al comenzar hablando de cómo han surgido de las formas más antiguas, cómo todavía re-ensamblan aquellas formas más antiguas y qué tipo de nuevas condiciones ambientales salen como resultado de la transformación, así que es en general.

3. ¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?

Creo que desde el enfoque de Ecología de los Medios una de las cosas importantes para entender primero acerca de la Internet y las redes sociales es a pesar de su forma particular, que son un producto del ambiente eléctrico y de otros (que no hablaremos por separado) respecto a ambientes digitales, porque no son exactamente lo mismo, los entornos eléctricos se caracterizan por la velocidad, por destrucciones del tiempo y el espacio o, ya sabes, la compresión del tiempo y el espacio, por lo que cualquiera de las características de las que queramos hablar específicamente, acerca de sectores específicos de nuestra sociedad, siempre van a estar caracterizados por la compresión del tiempo y el espacio y por lo tanto, si nosotros hablamos sobre el futuro de Internet o el futuro de las redes sociales lo que tenemos que entender primero, es que siempre va a ser, va a (implicar una larga línea) de una mayor compresión del tiempo y el espacio (...) si instantáneamente puedo comunicarte algo donde quiera que estés, esa es la idea (...), pero ya sabes, nos gusta hacer más sentido, ese es el enfoque de Ecología de los Medios, eso es lo que es Neil Postman trabajó, resolvió espectacular los problemas de trasmisión, el Internet nos permite compartir, es la información a través del tiempo y el espacio instantáneos vistos, y la red social es para la gente de lugares lejanos entre en una muy estrecha proximidad con otros, el abrazar la aldea global y la interfaz que crea dificultades así como nuevas posibilidades, (...) Creo que hay una dimensión del todo para hacerlo, pero tenemos que preguntarnos en la solución del problema de la transmisión y compresión del

tiempo y el espacio, ¿cuáles son las posibilidades que tenemos? ¿Nos estamos volviendo mejores personas? (...) ¿Tenemos una mayor empatía por los demás? o Podemos tender a mirar por la ventana para ir o ser voyeristas y juzgar a las personas o, ya sabes, verlos por todas las diferencias que tienen, parece que la gente es más similar de lo que esperabas o terriblemente diferente o interesante de alguna manera (...) porque eso es lo que pasa, la compresión del tiempo y el espacio es la implicación intensa de todas esas tendencias nativas humanas, por eso tendemos a pensar: ¡oh esto tiene el potencial de unirnos y hacer que nos entendamos mejor con otros!, (...) la gente ha sido lasciva con otras, decir cosas desagradables o "trolear", y eso son sólo pequeños síntomas de la relación intensa pero también tiene consecuencias más grandes (...) y creo que así es cómo la perspectiva de la Ecología de los Medios pudiera entender la dirección de la Internet y las redes sociales, es entender por qué sí o no podemos maximizar el potencial para comprender y limitar el tipo agresivo de aspecto antagónico o voyerista, para mantenernos, ya sabes, humanos, más humanos y positivos.

4. En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?

Creo que hay dos respuestas a esta pregunta y la primera respuesta es cómo los medios pueden apenas entender la forma en que la tecnología está transformando los bordes de la política y la forma en que hacemos la política tradicional, para este punto de vista vamos a decir, por ejemplo, que todo (...) en la compresión del tiempo y el espacio y el (abrazo) de la interfaz entre las personas, vemos antagonismo político, la política se forman alrededor de ondulaciones particulares, o de las necesidades de la gente, este es un grupo dentro de grupos con una identidad política y se forma en torno a un particular, ya sabes, un particular (...) y fuera del grupo siempre hay, ya sabes, la entidad de la otra persona en contra ¿verdad? y ese tipo de interfaz es muy agresivo en estos momentos, no hay ningún tipo de distancia de la que la alfabetización amplía ¿verdad? y esto es como el producto probable de estas instituciones democráticas, pero estamos en un entorno completamente diferente, por lo que hablar de lo que sucederá con los ideales de la democracia (probable) y las instituciones que (...) para apoyar, bueno esto es lo que sucede, no tenemos más espacio, para hacer el delicado, tedioso, difícil trabajo de negociación, de entender el punto de vista de alguien más, y ser capaces de procesarlo lo suficiente para podamos darle sentido, incluso si estamos en desacuerdo con eso, no hay tiempo para eso y no hay espacio para eso, así que eso es lo que sucede con las instituciones y las cosas que existen. Ahora, la segunda pregunta es, ¿qué nuevos tipos de arreglos humanos será amplio acerca? como resultado de esto, porque podríamos argumentar que todo lo que sabemos hoy sobre la democracia o sobre la manera de organizar la democracia (...) y es aquí donde es difícil predecir el futuro (...) y parte de la razón hacerlo porque es un proceso continuo y que es orgánico y podemos conjeturar sobre las características (que principal más a través de la clase de cosas) que caracterizaría a la nueva disposición, a menudo por mirar al pasado para ver dónde (...) provienen de, cuando (...) algo del pasado, pero es difícil decir que creo que los insinuaciones que recibimos son cosas como los precios financieros, que es global y la naturaleza, y el hecho de que sucedió tan rápido y era tan facilitado

por la tecnología, entendimos que a través de la tecnología o de acuerdo a la tecnología y así, tal vez tenemos que entender es que Veremos algunas de esas instituciones aceleración o intensificación más allá de la capacidad de (estaca o escucharlo) y tenemos que encontrar nuevas formas más duraderas de relaciones, a menudo lo que podría suceder como resultado, es que volvemos a lo local, una vez que hemos visto lo global que la cubierta posterior es extrema, una especie de cordón de McLuhan ¿verdad? una vez que la cubierta posterior es extrema las fuerzas del mundo finalmente revierten en lo local, y así las economías locales será más importante que (...) eso es lo que McLuhan sugiere que pienso. Tal vez fácil volver por nosotros mismos a escala local ahora y no es que estamos abandonando lo global, porque es imposible dadas las condiciones de la tecnología electrónica, pero tal vez lo que hacemos es crear soluciones culturales a problemas tecnológicos. Tenemos que hacer esta difícil tarea de construir un movimiento de cultura, comportamiento diferente, actitud diferente, como un contrapeso a la forma en que la tecnología (...) y eso es la educación, la religión, en muchos casos, ¿verdad? hay una gran cantidad de maneras diferentes para que los seres humanos centren sus perspectivas.

5. ¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías (como decía Postman, se trata de que nosotros utilicemos las tecnologías, no de que ellas nos utilicen a nosotros)?

Bueno parte de la respuesta a esta pregunta son los ciudadanos, y los ciudadanas son complicados, es una relación del ser humano hacia al estado o a alguna institución y creo que en parte es eso, el estado, el gobierno (que va) con los ciudadanos con al respeto al gobierno, es parte de la gran transformación cuando encaras a la nueva realidad global, a menudo uno de los enfrentamientos que hacemos es refugiarnos en las identidades, tal vez cívicas, como nuestra ciudadanía nacional, pero éstas también preceden la relación con el Estado, tal vez sus tipos de antecedentes son religiosos antiguos, o étnicos o raciales o tribales o lingüísticos, de hecho creo que hay una gran cantidad de volumen y por eso creo que ¿ya sabes? para los ciudadanos y los gobiernos hacer eso, significaría ocuparse de ese problema en términos de la ciudadanía y en términos del gobierno (...), pero a veces eso no es posible porque nuestra ciudadanía y los gobiernos están construidos en procesos que surgieron de otras tecnologías y tal vez el primer paso es reconocer que cambiar con nuestra relación con los gobiernos, cómo entendemos los gobiernos, y cuando hagamos eso, entonces seremos capaces de asumir el reto de utilizar nuevas tecnologías en forma de darles un mejor uso, en lugar de la forma que pensamos que podría romper con todas estas cosas viejas como nuestro sistema legal o las garantías y derechos de los ciudadanos, realmente necesitamos sentarnos y reevaluar si el sistema jurídico construido de la manera que está es compatible con nuestro medio ambiente ó si nuestro medio ambiente necesita ser cambiado en alguna manera, aunque eso es algo complicado.

6. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

Creo que esta es una de las interesantes en las presiones difíciles de redes sociales, de los ciudadanos y los gobiernos, es eso, de nuevo se van a la quiebra (..) cuando tenemos una democracia representativa hay cierta fe en aquella persona o gente que estamos enviando para que nos represente y sean una abstracción saludable de nuestro interés local, de modo que cuando los enviamos de alguna parte para hacer nuestro trabajo es que, efectivamente ellos van a ser nosotros, ellos van a estar de pie por nosotros con nuestras voces en la mente y nosotros no necesariamente creemos en eso tanto como lo hicimos antes, sabemos más acerca de cómo funciona, conocemos el lado feo de lo que sucede detrás del escenario, parte de eso es el resultado de los entornos electrónicos, así es como lo sabemos, por la televisión (...) cuando nosotros (…) en un entorno sin 24 horas de cobertura o incluso una cobertura regular, nos basábamos en los pequeños informes que venían en el periódico y que a menudo ignoraban todas las cosas horribles que sucedían detrás de los escenarios. Justo entraste en un territorio muy interesante y aquí es desde donde el punto de vista de la ecología de medios podría escuchar esta conversación y la naturaleza de los medios de comunicación se trasladaría a la sociedad en una dirección u otra, justo a la base de la comunicación, si hablamos de la economía política, la antigua gestión era muy cara y necesitaba mucha infraestructura, la cual estaba reservaba para los clientes potenciales, por lo que ahora, por supuesto, conocemos de esto más de lo que habíamos escuchado antes , y es que hay gente inmersa en la política y en los medios de comunicación, vemos a Berlusconi en Italia que sobrevivió al poder durante años a pesar de su comportamiento porque él controlaba los medios de comunicación y eso ahora nosotros lo entendemos muy bien, podemos ver mucho más claramente, pero creo que, en particular, podemos ver eso tan claramente porque nosotros hemos cambiado esto en “algo nuevo”, hemos añadido esta rápida y ligera democrática clase a un entorno de comunicación de muy buenos anuncios en redes sociales para entender finalmente de manera completa y eficaz (...) y el desafío de toda economía política, es que representa una nueva, por lo que el problema es cuando se tiene todo donde los poderosos fueron capaces de ordenar mantener distancia en la formación de la opinión pública, de los ciudadanos a los que supuestamente deben servir, también significó que sólo hemos puesto fe ciega en ellos y ellos hicieron un montón de cosas (...) pero sucederá más lentamente y con frecuencia (…) a conciencia todo el tiempo y que son capaces de mantener (...) creer, porque este camino lento que no pudimos ver que suceda, esta lentitud y la distancia permitió impedir la entrada a una especie de fe, (...) la democracia tan religiosa que no tenemos más, así que el resultado es ver la reacción de los gobiernos e individuos y los partidos políticos, es una lucha comunicar a través de las redes sociales, porque ellos ven que la comunicación que viene en esta dirección ahora es un desafío, porque no pueden decir o hacer algo controversial, no pueden cometer un error, ciertamente no pueden, mostrar que están relacionándose con alguien que supuestamente es muy diferente ideológicamente a la persona, y si yo te apoyo no hablaré contigo, a esta persona, y siempre suele beber juntos, no puedes hacerlo más, porque serás visto, grabado

y podrán desafiarte y así este quebranto es la vieja manera de hacer las cosas, y como resultado esto es lo que encontramos, por lo menos en los Estados Unidos, se puede hablar mejor sobre Japón, pero sobre todo en Estados Unidos, esto es lo que vemos una parálisis y está paralizado debido a la velocidad y la intensificación de la comunicación desde la otra dirección, entonces, ¿qué hacemos? y parte de lo que hago es lo mismo que he mencionado anteriormente, esta relación global-local, tenemos que participar más en la política local, porque cuando tenemos una distancia y estamos mirando desde la distancia, siempre estamos buscando desde los Estados Unidos a Washington DC, la gente ya no cree más, y ¿qué están buscando? están buscando un ambiente local (..)Washington DC es muy complicado, pero puede crear un sentido, de la comunidad local muy vibrante, donde la gente está comprometida con su democracia, por lo que la educación y las cosas que más hayan ido para la edificación de una sana democracia en condiciones de alfabetización, tenemos que entender que esos son localmente otra vez y con la esperanza de que Washington sería el lugar filtrado por lo local en lugar del sitio de la recolección local, en los planos nacional y mundial, quiero decir, realmente entender lo que representan como una comunidad de personas y eso es tener mucho trabajo (...) para la gente, quiero decir ¿nos ven?, porque vemos que la electricidad de hecho trabaja duro tomando lugar localmente donde la gente se grita unos con otros, y ahora lo estamos viendo a nivel nacional, ya no hay distancia, ya no hay espacio, por lo que tenemos que reconfigurar a nivel local , lo que significa luchar por lo que crees y negociar una especie de feliz acuerdo y si podemos aprender eso a nivel local, será la lección para el resto de los niveles, pero se basaría en, ¿sabes? Confío en este nivel global nacional si nos sentimos cómodos con la que somos en casa y con lo que son los demás, ellos están, en la siguiente etapa, más allá de nosotros, ya sabes, comunidades vecinas y así pues, probablemente, tiene que empezar desde lo local.

7. ¿Es posible a partir de la Ecología de los Medios acceder a una reconstrucción de la ingeniería social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

Bueno, los medios de comunicación y la tecnología siempre van a estar en un papel principal y esto desde nuestro punto de vista, y es por eso que la gente lo llama determinismo tecnológico y creemos muy fuertemente que tienen una ventaja para dar forma y dirección a nuestros arreglos sociales, que están influidos por (fondos dominantes) de la tecnología, o ya sea el otro (..) o si es, ya sabes, el telégrafo, estas cosas tienen una forma e influencia importante, tienen una importante forma de influir, así que no es un imposible para los medios de comunicación a (..) posible de evitar, así que la pregunta es: ¿cuánta intervención humana se recuperará con el fin de contrarrestar los elementos deterministas de los medios de comunicación? y entender que hay una intervención, la tecnología jugaría una gran influencia en lo que está pasando y entenderlo y participar en la lucha de soluciones culturales a los problemas tecnológicos, creo que es así cómo la Ecología de los Medios ofrece algo a este conjunto transformaciones muy difíciles.

ENTREVISTADO: DR. LANCE STRATE

1. **¿Qué es la Ecología de los Medios?**

El campo continúa en cambio y crecimiento y desarrollo y evolución, pero la idea básica es ver cómo hacemos las cosas, nada más sencillo para ponerlo, se refiere a cómo hacemos las cosas, tiene mucho que ver con lo que hacemos, dónde nos encontramos cuando hacemos esas cosas, es preguntarse el "cómo", el cual se refieren a la tecnología y también a la técnica, ya sabes, el método de hacer las cosas y un medio (..) la comunicación y es la comprensión, creo que una de los formas que desarrolló más es el énfasis de la idea de un entorno a lo que realmente significa, (la idea), los medios juegan o los medios y la tecnología en un sistema de símbolos que juegan un rol de liderazgo en los asuntos humanos y nos influyen de la misma manera , yo podría decir, que el entorno natural nos influye.

2. **¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la Ecología de los Medios?**

Si nos fijamos en los nuevos medios de comunicación, algunos de los nuevos medios de comunicación son presentados o puedes preguntar, ¿cuál es el efecto que están teniendo?, individuos o grupos están sobre sus naciones, el mundo como un todo, ya sabes, queremos tratar de entender, cuáles son los efectos y cuáles son las formas en que lo podemos hacer, si tú observas históricamente los patrones de los hechos, qué pasa cuando se introduce una nueva tecnología que deja en claro un aumento del acceso a la información y tiende a perturbar jerarquías, es indiscutible perturbar, romper los monopolios del conocimiento, basado en los medios impresos y en cierta medida más tarde en la radiodifusión y eso ha sido interrumpido por el Internet , por el uso de blogs y los periódicos sin duda van a desaparecer como ya lo sabemos, y si el periodismo por sí mismo sobrevivirá es una nueva pregunta, porque si lo piensas bien no hay tal cosa como el periodismo como profesión antes de finales del siglo diecinueve, es un artefacto histórico, así que busca patrones y podrás entender el contexto histórico, puedes tener el sentido de lo que puede suceder, lo que parece estar sucediendo ahora y que nosotros vemos, querrás que mantengamos en mente, siempre va a tener efectos negativos, no puedes separar efectos negativos sobre los positivos, siempre va a haber efectos no deseados, no importa cuáles sean las intenciones, siempre habrá cosas que simplemente no podemos predecir, lo cual es un peligro de la innovación y siempre va a haber efectos indirectos, se cambia una cosa, eso va a cambiar algo más y eso cambia algo más y va como un efecto de cascada, esto es lo que dijo Postman, ya sabes, un nuevo medio no sólo cambia algo lo cambia todo y no creo que esto siempre sea el caso porque las cosas en algún momento tal vez (chatarra) para ondulación de esa forma o diferentes innovaciones que cancelamos cuando aparecen, pero tiene un potencial para crear no sólo un cambio dentro de un sistema, sino que cambia el propio sistema.

Y, hablando de este cambio, los cambios pueden ser positivos o negativos

No, no pueden, siempre son positivos y negativos, no se pueden separar.

Pero, en esa perspectiva, ¿qué pueden hacer los seres humanos para que estos cambios puedan ser más positivos que negativos? ¿Podemos hacer algo al respecto?
Bueno, ciertamente se puede, pero uno de los problemas que vemos es, ya sabes, una de las cosas que se intenta hacer es la regulación, la política de regulación, esto es siempre reactiva, me refiero a la forma básica en la que el sistema legal funciona, no actuar en algo hasta que ese algo sale mal, y cuando nos enfrentamos a algo nuevo ellos utilizan lo que McLuhan llamó "el espejo retrovisor", y buscar tipos anteriores de las cosas y hacen las mismas analogías, el argumento más grande es que el Internet es una súper autopista o un tipo de infraestructura, ya sabes, cuando la gente alega no, no, no, es un conjunto de comunidades, así que esto se remonta, me refiero a la radiodifusión, es una metáfora de la agricultura, ¿ya sabes lo que es la radiodifusión? es plantar semillas, es de donde viene el trabajo, tomar distancia y la plantar semillas por dispersión, así estamos siempre, ya sabes, en los EE.UU. la legislación relativa a la radiodifusión (checar) así que es muy difícil de prever y planificar, por lo que una de las cosas es ser (consciente) y sólo eso, ya sabes, por las cosas de inmediato y sin restricciones y para hacernos preguntas, la gran pregunta de Postman es: ¿Cuál es el problema si lo intentamos resolver aquí? Y si usted no me puede decir, entonces tal vez no tenemos que estar haciendo esto. Tal vez ese es el problema razonable, es: ¿por qué necesitamos esto? ¿Para qué necesitas esto?

Usted estaba hablando de que habría algún tipo de control para este medio de comunicación (Internet), pero, por ejemplo en los casos de México, el Internet se supone que es un medio de comunicación libre porque no hay reglas, ni nada legalmente en este tema, y, hace pocos meses hubo una gran discusión en México debido a que el presidente quiere regular la Internet y la gente no está de acuerdo con eso. Así que, ¿qué opina? porque Internet es libre, los gobiernos no pueden tener un control real de esta situación que están pasando en Internet, por lo tanto, ¿los gobiernos están actuando en una buena manera o no? Y, por otro lado: ¿qué sucede con los ciudadanos?, porque ellos dicen: el Internet es la única manera de hacer que nuestra voz se escuche en todo el mundo. Entonces, ¿qué pasaría si el gobierno viene y dice, bien tenemos que crear nuevas reglas, tal vez para el gobierno es una buena manera de mantener el control por sus políticas, las relaciones que tienen. Pero, ¿qué pasa con el gobierno y qué pasa con el ciudadano normal?
Por supuesto es absolutamente cierto que ya no se puede confiar en los gobiernos y se desea empoderar a los ciudadanos. Sólo diré que los intentos por controlar Internet son en vano, pueden hacer algo, ya sabes, pueden hacer un poco, pero la gente siempre encontrará una manera y esa es la gran lección, regresar a una vieja comunicación electrónica y no está bien bloquearla, no puedes detenerla, ya sabes, gran parte de Internet ahora es inalámbrico, por lo que no hay manera de hacerlo; es decir, puedes intentar un atasco pero es limitado, por lo que es inútil tratar de hacer eso, ya sabes, para alargarlo o extenderlo, para nosotros una cuestión es monitorear los sitios que son para niños, tener cuidado de los depredadores sexuales, así que, hay algunas cosas por las que hemos estado

preocupados, sobre los escaneos donde las personas tratan de engañar a la gente con todo su dinero, una ley sobre un delito. Y a nivel individual puedes preguntarte ¿cuál es el uso apropiado?, ¿qué es lo apropiado? ¿qué no es apropiado?, es un nivel individual que es más fácil manejar, hay movimientos como “el día de reposo de la tecnología”, que en realidad está inspirado en el judaísmo, una tradición en la que no utilizas dispositivos electrónicos en el día sagrado (sábado), pero ya sabes, es un punto secular y la gente dice, está bien por un día a la semana apagar sus dispositivos, ya sabes, apagar tu computadora, apagar tu teléfono celular y estar con tu familia. Es decir, ese tipo de cosas son útiles para un nivel individual, para un nivel más amplio es donde está el verdadero reto, ¿cómo podemos posiblemente trabajar con las consecuencias?, ya sabes, creo que para gente como Postman, uno de la respuesta es la educación en las instituciones, a menudo esa es la respuesta y nunca es la más poderosa o adecuada de las respuestas, pero es una respuesta que nosotros tenemos, incluso creo que lo que la religión no está tomando como una forma extrema, la cual a menudo hoy en día es, pero, ya sabes, es un tipo de tradición estable, la tradición religiosa nos lleva a otros entornos cuando tenemos la oportunidad de experimentar algo diferente, estar conectado y mirando nuestros teléfonos celulares todo el tiempo.

EL ENTREVISTADO CONSIDERÓ QUE CON LO ANTERIOR RESPONDIÓ LAS PREGUNTAS 3,4 Y 5. POR LO TANTO, PROSIGUE CON LAS PREGUNTAS 6 Y 7.

6. **¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?**
   Cuando la gente puede organizarse así misma esa es realmente la clave, es la clave a través de una historia, ser capaces de organizarse y no ser el individuo que le despidan como a un cocinero, pero cuando ustedes pueden organizarse a sí mismos pueden encontrar ensambles fuertes y la capacidad que tienen como fin para influir y esto es válido para cualquier tipo de actividades de promoción y eso es el aspecto más poderoso de Internet ha sido la capacidad de la gente para encontrar a otros, un ejemplo de ello viene en mi propia experiencia, mi familia, mi hija tiene autismo y los padres de niños autistas tienen tiempos muy difíciles, incluso para reunirse y hablar entre ellos, porque gran parte de su tiempo y cualquier (...) tratando de cuidar de su hijo, de ser capaces de tener una lista de discusión por correo electrónico, lo que permite a las personas comunicarse entre sí y compartir información sobre los servicios disponibles y la forma de tratar con, ya sabes, en nuestro caso, los distritos escolares tiene que proporcionar los servicios pero no quieren, por lo que necesitas tácticas sobre cómo lidiar con eso, sí, todo ese tipo de cosas, realmente es revolucionario porque permite hacer a la gente, así que creo que eso es realmente la clave de las redes sociales, la organización, pero eso tiene que importar en el mundo real, no sólo puede ser gente escribiendo el uno al otro, eso tiene que usarse, tiene una gran potencia, ese es uno de los aspectos realmente positivos del Internet.

7. **¿Es posible a partir de la Ecología de los Medios acceder a una reconstrucción de la ingeniería social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?**
   Supongo que en este sentido la tecnología sí permite encontrar personas entre sí, ya sabes, las personas que me importan, es no sentirse como un marginado en una música suave de velocidad y eres la única persona en tu área, es así y encontrar otras personas cerca, pero que sabes que no conoces y obtienes un cierto sentido de comunidad de esa manera, también hay la idea de reunirse y es algo muy agradable para los adultos jóvenes o solteros que están dispuestos y en particular viven en una zona urbana, ¿alguien interesado?, venga a este bar, y puedes ir al encuentro de estas personas e interactuar con ellos de una manera mínima en twitter, reunirse con ellos, tener experiencias sociales, creo que puede contribuir a la idea de comunidad, pero ya sabes, al mismo tiempo, obviamente, la idea de comunidad tiene una fuerza estructurada, es más que recibir gente, que sólo estén sentados juntos o que está mirando sus teléfonos, por lo que el verdadero reto consiste, y siempre es el caso, no es, no es hacer una cosa, tiene contradicciones, pero las contradicciones son parte del efecto, por lo que el cambio es una relación dinámica, en lugar de una u otra, el cambio es la totalidad de la interacción dinámica.
8. **Para terminar esta entrevista, podemos decir que definitivamente la tecnología puede hacer que te quedes más cerca de la gente que tiene el mismo interés que tú; pero, en el lado opuesto, hace que te mantengas lejos de los que tienes cerca.**
   Esa es una de las cosas que Postman señala, siempre señala el punto, en algún momento utilizamos estas palabras y no tienen el mismo significado, ya sabes, la comunidad cuando se utiliza en Internet es gente que está de acuerdo con otros, pero eso nunca ha sido lo que una comunidad era, una comunidad, siempre es un grupo diverso de personas con diferentes intereses y referencias diferentes y diferentes puntos de vista que de alguna manera tienen que negociar entre sí, encuentran una manera de vivir juntos unos con otros y eso es lo que perdemos, perdemos esa capacidad o vemos mucha polarización y ésta continúa.

ENTREVISTADO: DR. BOB LOGAN

1. **En su libro *"What is information?"* Usted habla sobre la existencia de nuevas formas de comunicar como el lenguaje oral al escrito debido a que existía una sobrecarga de información y límites de memorización del humano, hoy en día hay quienes dicen que Internet es una sobreexposición de información, por lo tanto hacia dónde evolucionará el lenguaje y uso de Internet desde esta perspectiva del conocimiento?**
   Hay montones y montones de información en Internet y ahora el reto es seleccionar lo que es más relevante, la información está ahí, ha sido producido como un *tsunami* de información, el reto para los usuarios es encontrar qué

información es más relevante para ellos, pueden hacer uso de los motores de búsqueda desde cero hasta lo que es más importante para ellos, pero también les obliga a tomar decisiones en lo que deben centrarse, ese es el reto. En cuanto hacia dónde va la información, el lenguaje hablado permanece igual, el lenguaje escrito está cambiando porque la gente escribe ahora para Internet no para un libro, si usted escribe un libro escribe frases largas, si usted escribe para Internet es corto, pocos *"pajaritos"* de información *–haciendo alusión a twitter-*.

2. **Si de acuerdo a McLuhan la información eléctrica rompió los monopolios del conocimiento que la escritura creó, entonces podríamos decir que Internet tiene esa misma capacidad de romper los monopolios creados por la televisión?**
   Bueno, la televisión está muerta, ya no es el medio preferido, el medio preferido es la tableta y la televisión, pueden olvidarse de ella, de hecho la gente, los jóvenes ven la televisión en la tableta, por lo que es sólo una cuestión de la distribución de espectáculos, solían ser shows donde, la evidencia del cine, y entonces vemos evidencia por la televisión, muchas evidencias por YouTube e Instagram y varios que fueron plataformas base. Y ahora estoy usando las palabras de *Andrey Miroshnichenko* de quien leí un libro llamado *"El hombre como medio"* y revisé el libro y te enviaré una reseña del libro, es un libro muy importante y quiero que lo leas. Entonces, lo que el Internet ha hecho, es hacer a todo mundo autor, incluso cuando estás respondiendo a un correo electrónico, estás siendo autor, cuando necesitas un comentario en un blog, has sido un autor, no tienes que leer un libro completo de cómo ser un autor, puede escribir unas cuantas frases y eres un autor y obtener amplia distribución mundial, porque lo que escribes en Internet pasa a todo el mundo.

3. **Si tomamos en cuenta que la tecnología evoluciona por descendencia, modificación y selección y que no hay manera de predecir la evolución de la tecnología ¿qué elementos podríamos entonces rescatar para tratar de visualizar un escenario a futuro de la evolución de la tecnología? O, Si esto es imposible ¿Por qué lo es?**
   Es posible y no es posible. Es posible porque la manera de predecir el futuro es prestar especial atención al presente, porque en el futuro habrá muchos, muchos tipos de plataformas, como los blogs, como *YouTube*, como *Instagram*, ayer Amazon (..) un nuevo tipo de teléfono inteligente, por lo que habrá todo tipo de plataformas para que las personas se comuniquen entre sí digitalmente, eso es el futuro. Pero lo imposible es decir cuál es la forma exacta de la nueva forma que saldrá, pero será mínimo.

4. **Usted habla de la existencia de seis lenguajes distintos (habla, escritura, matemáticas, ciencia, informática e Internet) como parte de una cadena evolutiva, siguiendo esta lógica ¿podríamos decir que es probable el surgimiento de un séptimo lenguaje? ¿desde esta perspectiva hacia dónde vamos?**
   El séptimo lenguaje son las redes sociales, la escritura contiene el habla, la ciencia contiene la escritura, las matemáticas contienen el habla, la ciencia contiene la escritura y las matemáticas, la informática contiene la ciencia y la tecnología, Internet contiene la informática, las redes sociales contiene el Internet y la web, que es el séptimo idioma.

5. **Platíqueme más sobre el proyecto del S-book ¿Qué alcances y limitaciones ha tenido en este tiempo? ¿Cómo ha sido percibido por los lectores? ¿Cuál ha sido su impacto?**
   La lectura es una actividad social en la actualidad, la lectura solía ser algo privado que hiciste por ti mismo, pero ahora deseas compartir tus impresiones sobre el libro con otras personas, por lo que, con un dispositivo en el *Ontario College of Art and Design*, donde soy científico en jefe, hay una plataforma donde estamos imprimiendo un libro, tomamos el libro y lo ponemos en una página web en un formato digital como un libro electrónico y luego creamos facilidades para que las personas dejen sus comentarios, interactúen con otros lectores y con el autor, ese es el proyecto del libro inteligente y acaba de empezar.

ENTREVISTADO: DR. SUSAN BARNES

1. **¿Qué es la Ecología de los Medios?**
   Yo definiría la Ecología de los Medios como un punto de vista, una perspectiva para observar los medios de comunicación, en contraste con muchos académicos de la comunicación que están observando los mensajes y la Ecología de los Medios analiza el medio en sí mismo, trata de centrarse en el medio y las características de ese medio en particular, por ejemplo, vivíamos en un mundo de la televisión abierta durante mucho tiempo donde el mismo mensaje salía a numerosas personas y, a veces incluso a nivel mundial donde el Internet está interactuando, por tanto, como resultado de esa interactividad la idea de la radiodifusión y controlar esos mensajes a través de los medios de comunicación ha cambiado, porque los individuos ahora pueden utilizar Internet para crear sus propios mensajes, este no fue el caso de los mensajes en la radiodifusión y televisión, nadie podía crear un mensaje, pero ahora todo mundo puede crear un vídeo de YouTube y ponerlo para algunas personas y puede llegar a ser muy exitoso. Quiero decir, es el cambio de la no

interactividad a la interactividad, es lo que ha hecho un cambio en la cultura, es decir, esos son los tipos de cosas que la Ecología de los Medios analiza.

2. **¿Cómo podemos analizar y comprender los nuevos medios (Internet y redes sociales) a partir del enfoque de la Ecología de los Medios?**
   He utilizado la Ecología de los Medios como una metodología y una metodología es que hay que examinar el medio desde diferentes perspectivas como Postman lo hablaba en sus libros (...), los bios intelectuales, los bios de educación, ya sabes, ¿qué tipo de bios es la tecnología?, por lo tanto, puedes utilizarlo como un método y creo que también podrías agregar tus propias características a sus bases, es así que, cuando observas las diferentes bases, se puede ver, quiero decir, el Internet conecta a la gente, los medios de difusión no lo hacen, de nuevo esa característica, y creo que muchos de los cambios con el Internet tienen que hacer esa interactividad, es decir vemos interactividad, vemos tiempo-espacio, vemos algunas cosas diferentes, además de las que Postman esbozó en sus libros.

3. **¿Cuál es el futuro de Internet y las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?**

Bueno, creo que lo que deberíamos observar en el futuro es que miremos en el trance que marchado hasta el momento, y luego tratemos de extenderlo y pensar igual ¿cómo eso puede ir al futuro?, pero a veces es difícil, me refiero a que cuando empezamos a enviarnos correos electrónicos entre sí, nadie nunca pensó en los mensajes de texto, nadie alguna vez pensó en estas cosas, pero también tengo que decir, una de las cosas que no dije, que es muy interesante es que, si nos fijamos en *Facebook*, el fundador de *Facebook* sabía que iba a cambiar el mundo con esta tecnología, él lo sabía, y una de las cosas que sabía que iba a hacer, era que iba a cambiar los conceptos de privacidad y lo hizo, ahora, una pregunta ecológica de los medios sería: ¿cómo ha cambiado? y ¿ha cambiado en la manera que él quería? Y creo que Facebook en términos de privacidad tiene la idea de que nada es privado, ya sabes, y si observas *Facebook* ves que nada es privado, la información de todo el mundo es de todos los demás, por lo que los jóvenes de hoy tienen una idea diferente de la privacidad que la gente antes de *Facebook,* y eso es un tipo de observación ecológica de los medios de comunicación que puedes hacer, quiero decir, creo que es muy interesante, una de las cosas que también podemos hacer es entender que Postman no está diciendo que la tecnología iba a hacer lo mismo en todas las culturas, es comparar, me refiero a, comparar Twitter en los Estados Unidos ¿para qué lo usamos? sobre todo con un valor de entretenimiento, observa *Twitter* en el Medio Oriente y verás que es usado para la agenda política, entonces ¿cómo lo usan en México? ¿Se usa más como el Medio Oriente o se usa más como los americanos? o algo diferente. Así que, es por eso que para mí, la Ecología de los Medios es tan interesante, debido a los cuestionamientos que hace y tengo que admitir que mi pensamiento nunca ha sido el mismo desde que conocí a Nial (Postman).

4. **En el panorama político ¿Qué papel juegan las redes sociales a partir de la Ecología de los Medios?**

Puedo responder a esto de diferentes maneras, una vez más, observemos el Medio Oriente, observemos América, y me estoy centrando sólo en estos dos ahora mismo, en Medio Oriente, pero también hay una historia de esto en Europa, donde las tecnologías fueron utilizadas para situaciones de tipo políticas y revolucionarias y digo eso porque tú observas un diseño gráfico en Estados Unidos, el cual se ha utilizado meramente con fines publicitarios, el diseño gráfico en Europa con la "Bauhaus", originalmente fue utilizado para reformas sociales y la gente pensó que podían usarlo, usaron gráficos y visuales para crear reformas sociales, pero en los Estados Unidos lo sutilizaban para vender productos, por lo que, cuando observamos las bases políticas, yo tendría que decir que a partir de un cuestionamiento perspectivo de Postman que, en Estados Unidos las redes sociales todo a lo que nos ayudan es a organizar a la gente que está fragmentando, quiero decir, es tan fragmentar porque, ya sabes, si todo el mundo está ahí fuera poniendo sus propias cosas en Internet, entonces ¿dónde está la comunalidad? si la gente es como: ¡Oh! Sarah Palin dijo esto o hizo aquello y ponen un tweet diciendo: ¡Oh! ¡esto es terrible!. Así que creo que desde el punto de vista político en los EE.UU. en la redes sociales nos gusta la especie de aves de semillas, la idea del pensamiento político y los conceptos políticos, porque tú ves esto en las noticias, en las noticias que van a ¿qué tiene Twitter que decir?, ¿qué tiene facebook que decir?, y hay tanta oposición en las noticias, no nos dicen los hechos, están diciendo: ¡Oh! creemos esto, creemos lo otro, y luego, cuando ya no es muy popular lo cambian a otra cosa, quiero decir, Nial se ocupaba de la alfabetización, estaba ocupado en desarrollar mentes que puedan pensar un poco más y en formas lógicas para que pudieran tomar buenas decisiones en la representación política, no lo tenemos hoy en día, quiero decir, y él era muy cierto, dice: ciertos presidentes de los Estados Unidos no serían presidentes hoy en dia, cualquier presidente gordo, es decir, observa a Chris Cristie, él se hizo cirugía porque era muy gordo, por lo tanto, nunca podría ser un presidente electo porque estaba gordo, ya sabes, pero eso es superficial, no está viendo ¿qué representa Cristie?, ¿cuáles son sus ideas? , ¿cuáles son sus costumbres ?, observar esto de nuevo te lleva al bios moral, porque vemos que estas tecnologías no fomentan el pensamiento profundo, fomentan respuestas rápidas, reacción inmediata y algunas personas todo que dicen es: ¡Oh! deberíamos votar de esta forma, bien de acuerdo a Postman, ¡no! no se desea votar de esta manera, porque deberíamos pensar, deberíamos leer la palabra de nuestros candidatos, no sus fragmentos de sonido, escuchar los fragmentos de sonido y sólo juzgar a la gente por eso.

5. **¿Cuál es el reto para los ciudadanos y gobiernos para hacer un buen uso de las nuevas tecnologías (como decía Postman, se trata de que nosotros utilicemos las tecnologías, no de que ellas nos utilicen a nosotros)?**

Bueno, voy a decir esto, hace años, cuando Clinton era candidato a la oficina, que era interesante, estudié, había tres grupos de usuarios, había un grupo de noticias Clinton, un grupo de noticias gobernar, y el equipo de Bush, había tres lista que se formaron por la universidad y de la lista de los tres, el único que Dewal fue la lista

Clinton, y fue debido a que ciertas personas de la campaña de Clinton se unieron a la lista ya partir del anuncio: esto es lo que va a ser, esto es lo que está hablando aproximadamente, estos son sus ideas y yo solíamos publicar largos pasajes que indican que se trataba de su punto de vista y que es un buen uso de las redes sociales de los medios de comunicación y las redes sociales, está tratando de difundir los documentos y la información, eso es información positiva sobre el gobierno acerca de las cosas políticas.

6. ¿Cómo pueden los ciudadanos potencializar el uso de las redes sociales para establecer un verdadero vínculo de comunicación con sus gobernantes?

Bueno, en primer lugar en todo lo que tengo que decir hay que hablar de los gobiernos democráticos, porque otros tipos de gobiernos no quieren saber de la gente, pero creo que una de las cosas positivas que hemos tenido y que hablar de tres etapas de Internet (doce y veintiséis), pero en la etapa de web sólo a la segunda etapa, vimos un montón de políticos que suben y la creación de páginas web y promoción de sus discursos e ideas y creo que es muy positivo creo que cuando se puede difundir sus ideas y discursos y tipos globales de argumentos que deben hacer, eso es muy positivo, por lo que y una de las cosas que me gustaría comprobar en México se vea si sus representantes hacen esto o no, ver si ellos toman ventaja de la Internet para distribuir mensajes a sus electores , lo que la gente puede hacer, las personas pueden hacerlo, esto se ha hecho en los Estados Unidos, es que las personas pueden utilizar la tecnología para expresar sus opiniones, así, porque en una democracia se supone que el representante del gobierno de representar a un grupo particular de personas y esta tecnología nos permite ser capaces de expresar nuestros puntos de vista y expresar nuestras ideas a los políticos que esto no te importa la audición de otra manera, especialmente en los Estados Unidos porque no sé qué están en México, en Estados Unidos, cuando un político es elegido van a Washington por lo que están fuera de contacto con las personas que a las que representan, por lo que las personas pueden representar sus puntos de vista a ellos en Washington.

7. ¿Es posible a partir de la Ecología de los Medios acceder a una reconstrucción de la ingeniería social, en la cual los medios y las tecnologías juegan un papel fundamental?

Bueno, creo que los medios de comunicación está desempeñando un papel principal en nuestras sociedades, pero creo que a partir de un medio de comunicación perspectiva ecológica gente abraza la tecnología decimos: ¡Oh! ¡Esta es una nueva aplicación! Esto es algo nuevo, ¡oh! Vayamos a lo utilizaron, vamos hacerlo y no pensar en esto es bueno? ¿Está bien? ¿Es esto lo que deberíamos estar haciendo? Y quiero decir que creo que los medios de comunicación hoy en día su estructura no sólo en una cosa, hay una discusión global sobre lo que esta tecnología ha hecho? ¿Qué hace a nosotros? ¿Queremos esto o no? Me refiero a los chinos (..) no crean armas para matar a la gente, pero aquí en los EE.UU. todos ellos crearon armas y mira lo que nos consiguió hoy, pólvora ahora totalmente desechada en los Estados Unidos, los Estados Unidos sería un lugar muy diferente y México sería un lugar muy diferente que no lo hayan

aceptado para las armas, pensar en ello, piensa en muchos asesinatos y pistolas gritos y las cosas que están pasando y tenemos que pensar en los cárteles de drogas en México y sería una historia totalmente diferente, me refiero a las personas que daban un puñetazo entre sí en lugar de disparar entre ellos el mundo sería un lugar muy diferente, así que creo que no pensamos en la forma en que usamos la tecnología, sólo un poco adoptamos, tenemos esta actitud, que es un tipo de cultura mítica aquí en los Estados Unidos y probablemente adoptado por México también, es que, si es la tecnología y es nueva, ¿es mejor que el hombre en el pasado, utilizando todas estas cosas es mejor?, ¿una máquina lavadora es mejor que el lavado de manos?, ¿usted sabe el tipo de cosas es sí, se ahorra tiempo?, pero ¿hemos mirar y decir lo que le tomó a distancia? Bueno, el lavado a mano probablemente fue una actividad comunitaria cuando las personas se reunieron, así que es una actividad social y las máquinas de lavado son ahora una actividad de división, y eso es que obtenga su propia lavandería y, a continuación, se puede adivinar la interacción social, pero no de la misma manera que lo teníamos en el pasado, así que creo que lo que tenemos es cómo podemos usar los nuevos medios de comunicación que tenemos en nuestro mundo de hoy en día, para empezar a discutir los tipos de cuestiones y preguntas sobre el uso de los medios de comunicación y ahora un nuevo tipo ecológico.

ENTREVISTADO: DR. ERIC MCLUHAN

1. **Tomando como referencia el concepto de la aldea global, realmente considera que hemos llegado a la fase final de las extensiones del hombre o todavía se puede llegar a una extensión más amplia de los sentidos y nervios por otros medios de comunicación?**

Todos los medios son extensiones siempre y cuando inventemos, las cosas serán conclusión final de la mayoría de las extensiones, así que eso es lo que yo lo digo, eso es un absoluto, pero sería como que más grande? No sé, en algún lugar alguien, supongo, pero la aldea global realmente se aplica a los días de la radio y ahora con el Internet nos encontramos en el teatro mundial y todo el mundo están en el escenario y no hay audiencia, sólo actores, todo el mundo es un actor, nadie es un espectador.

¿Nadie tiene un rol director?

Bueno, en cualquier producción lineal todas las funciones son igualmente importantes

2. **Si bien Marshall McLuhan estudiaba cuidadosamente la tierra del futuro – que es el pasado y el presente- (the idea of reversal as a technique to understand the future) ¿A qué deberíamos poner más atención hoy en día para comprender/ predecir mejor el futuro de los nuevos medios?**

La técnica para entender el futuro es muy fácil: estudiar el presente para predecir el futuro. El presente es el futuro, que se necesita, si tú puedes ver el presente automáticamente estarás 30 años adelante de todo el mundo

¿Es por eso que McLuhan lo estudió en 1964?
Sí, ese era el presente y la gente decía ¡Oh, estás loco! eso nunca sucedería, y todo lo que vemos que ya ha pasado, ya sabes, el futuro está aquí.

3. **En el libro *"Understanding Media"* Marshall McLuhan señalaba que el lenguaje además de ser una extensión y ampliación del individuo también divide sus facultades. En ese sentido, si Internet es considerado por Logan como "el sexto lenguaje" ¿Qué implicaciones positivas y negativas representa Internet para el ser humano si lo comparamos con el lenguaje oral. ¿Estaría contribuyendo Internet a la inteligencia humana tal y como lo hizo el lenguaje oral en su momento?**
   Todos los medios de comunicación son idiomas, Internet no es sólo el sexto, tal vez el sexagésimo o seiscientos, es un lenguaje de las armas, es un lenguaje de iguales, de los coches, de los buses y aviones, toda clase de idiomas, y el Internet es sólo otro idioma, uno grande, ya que involucra a todo el mundo a la vez, es una cosa global, borra límites entre países.