

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, Y EL RETO DE SU USO PARA LA INCIDENCIA DESDE RIMISP MÉXICO



¿Qué son las TICs?

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) son “todos aquellos recursos, herramientas y programas que se utilizan para procesar, administrar y compartir la información mediante diversos soportes tecnológicos (computadoras, teléfonos móviles, tablets, televisión, reproductores portátiles de audio y video y consolas de juego, etcétera)”

Desde inicios de la década de los 90's del siglo pasado, las TICs se han fortalecido y multiplicado, y al hacerse accesibles para el uso de la sociedad, han modificado no sólo la manera de comunicarse e interactuar de las personas, sino también han cambiado radicalmente las formas de vida.



Las TICs Son relevantes y a veces preponderantes en

- *educación
- *búsqueda de información
- *politización
- *intercambio comercial
- *cultura y diversión
- *servicios bancarios y bursátiles
- *gestiones con gobierno
- *relaciones personales, amistosas e incluso íntimas
- *pago de servicios y de impuestos
- *organización, movilización y denuncia social



Importancia de las TICs

Las TICs son las más emblemáticas y definitivas del conjunto de cambio tecnológico que ha ocurrido en el planeta durante los 50 años recientes, y las que más han influido en la sociedad.

Eso puede observarse en el lenguaje, con expresiones que se han hecho comunes universalmente, como viralización, tuitear, spam, trending topic, selfie, sexting, lol, yolo, memes, etcétera.

Y también se observa en la gran cantidad de tiempo que utilizan las personas en su teléfono inteligente, su tablet o su computadora.

El avance y penetración de las TICs han sido excesivamente rápidos, y conforme pasa el tiempo se acelera el surgimiento de nuevos instrumentos y tecnologías. Así, la incidencia de las TICs se empalma con el proceso de su comprensión, estudio y reflexión sobre su uso y sus efectos.



Una revolución tecnológica

A escala mundial, el logro de contar con mil millones de líneas de teléfono fijo se alcanzó durante un lapso de 125 años. En cambio sólo fueron necesarios 21 años para contar con mil millones de personas con contrato de teléfono móvil celular y únicamente cinco años para registrar mil millones de usuarios de internet. Hoy día se requieren menos de cinco días para acumular mil millones de tweets. En agosto de 2015, la BBC de Londres reportó que, cumplidos cuatro meses de su lanzamiento, Periscope, la aplicación que permite emitir video en directo, había superado los 10 millones de usuarios inscritos.

Toda esta revolución tecnológica por supuesto pone en manos de las organizaciones sociales múltiples instrumentos para informar, divulgar conocimiento, generar conciencia sobre ciertos tópicos y por supuesto para incidir sobre la sociedad y sobre el aparato público con el objetivo de modificar políticas públicas.



¿Cómo incidir?

Es un hecho que la principal fuerza para incidir en la política pública radica en las ideas y las propuestas, en el sustento que éstas tengan y en su honestidad. Parte de esa fuerza está también en el trato personal de los representantes de las organizaciones con personajes claves de los Poderes Ejecutivo y Legislativo, esto es en el cabildeo, y lo está en las alianzas y coaliciones que se establezcan con otras organizaciones sociales compartiendo filosofías, ideas y planteamientos.

Para el caso de Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, organización para la cual trabajo en su Representación en México, las ideas y las propuestas provienen del trabajo de una red de investigadores reconocidos de toda la región, de labor profunda de campo, de análisis profundos, por lo tanto la fuerza y la honestidad de las ideas y las propuestas están garantizadas.



Los retos de Rimisp

Pero hay, por supuesto, tarea por realizar en materia de comunicación para la incidencia.

¿Cuáles han sido los medios tradicionales para transmitir ideas desde Rimisp y desde el Grupo Diálogo Rural México?

-Los comunicados de prensa difundidos entre medios impresos, audiovisuales y digitales.

-La relación con medios para, en ciertos momentos coyunturales o con un interés particular, concertar entrevistas personales o vía telefónica, y la inserción de artículos de opinión.

-Invitación a los medios para que cubran eventos organizados por Rimisp.



Los retos de Rimisp

- La comunicación con la sociedad se da también por medio de la página web de Rimisp y de las redes sociales de Rimisp, en Facebook y Tweeter, que se administran centralizadamente en Santiago, Chile.
- Fortalecer el vínculo con los medios tradicionales
- Impulsar las redes sociales como un mecanismo multiplicador para la visibilización de Rimisp y de sus mensajes en toda la plataforma de comunicación de Rimisp (página web y presencia en otros medios impresos, audiovisuales y digitales).
- Explorar el conjunto de otras herramientas existentes. Por supuesto, se debe ser selectivo. Experimentar con el uso de las tecnologías dicta cuáles son las más convenientes y cuáles son las formas más convenientes de su utilización.



El énfasis debe estar en las redes sociales.

¿Por qué?

Algunas cifras y experiencias dan la respuesta.



Estadísticas del uso de internet en México

Datos de la encuesta de hábitos en internet 2016 de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), realizada en el mes de abril con mil 720 entrevistas:

- La penetración del internet en México creció vertiginosamente. En 2006, 20 por ciento de la población lo utilizaba. En 2016, el porcentaje es de 59.8, equivalente a 65 millones de internautas.
- De 2015 a 2016 el aumento en el número de internautas fue de 15.7 por ciento, en comparación con el 4.1 por ciento del paso de 2014 a 2015.
- El tiempo diario de conexión es de siete horas y 15 minutos, una hora y tres minutos más que en 2015. Y el principal dispositivo para acceder a la web es el teléfono inteligente, con una creciente penetración de tabletas electrónicas y un cierto estancamiento en el uso de computadoras de mesa y laptops.



Estadísticas del uso de internet en México

-El acceso a redes sociales es la principal actividad *on line*, por encima del envío y recepción de correos electrónicos. La tercera actividad es el envío y recepción de mensajes instantáneos; sigue la búsqueda de información; luego el ver películas y series en *streaming* (o tiempo real); después escuchar radio y música en *streaming*; las llamadas por internet o aplicaciones; los juegos en línea, las compras en línea; la descarga de películas, series y música; las operaciones de banca en línea; las videollamadas; el hacer cursos en línea; la búsqueda de empleo; el acceder, crear o mantener sitios propios o *blogs*; la venta por internet; las gestiones con gobierno; la visita a sitios para adultos; los encuentros *on line*, y otros.



Estadísticas del uso de internet en México

- Tres de cada cuatro internautas declara que el internet ha cambiado sus hábitos en cómo hacer las cosas, sobre todo los hombres y las personas de 13 a 55 años de edad.
- La red de preferencia en México es Facebook. Nueve de cada diez internautas la utilizan. Le sigue WhatsApp, que es usada por ocho de cada diez. YouTube, Tweeter y Google+ son tres redes con niveles de penetración parecido, aunque con menos seguidores que Facebook, e Instagram está creciendo en importancia. Y LinkedIn es la principal red de profesionales, con una penetración en 20 por ciento de los internautas. En promedio, los internautas están inscritos a cinco redes sociales.



¿Qué es SER POBRE en México?



Más ética,
más desarrollo

Bernardo
Kliksberg



Sitio oficial

www.bernardokliksberg.com



Los 5 más
leídos de
Julio



Blog
Mario Luis
FUENTES

MÉXICO SOCIAL EN CANAL ONCE

Share Video f t

Share Page f t



EDICIÓN IMPRESA

MÉXICO SOCIAL

MANAGER VARELA / P. 32
ANITA CONTRA / P. 36
BERNARDO KLICKSBERG / P. 38

¿Qué es ser pobre
en México?



Las redes sociales, ¿una moda o una industria gigantesca?

Hace apenas una década las redes sociales “eran una incógnita. Algunos las veían como una moda”. La realidad, dice, es que hoy “son una industria gigantesca que acapara audiencia, contenidos, tecnología, información y, por lo tanto, mueve la economía de las telecomunicaciones y de los mercados bursátiles”.

Las redes, dice *Proceso*, desafían la hegemonía de titanes como Televisa y grandes cadenas de televisión. Acentuaron el rezago de los medios impresos y permitieron el surgimiento de medios nativos (de la web), lo que ha obligado a una renovación de contenidos en una era intensamente visual. Así, el mundo se ha reconfigurado gracias a las millones de horas de video de Youtube, la ola de *likes* sobre la que navega Facebook, el alud de imágenes que da sentido a Instagram, la transmisión en vivo de Periscope o la flexibilidad de Netflix”.



La fuerza de las etiquetas

#VotoNulo

#LadyProfeco

#CarmenSeQueda

#GuarderíaABC

#CNTEsequeda

#Justicia5Narvarte

#MatrimonioDF

#PosMeSaldo

#AyotzinapaSomosTodos

#YoSoy132

#LiberenaYakiri

#YaMeCansé

#MarchaAntiEPN

#TodosSomosAutodefensa

#ElPitodeMancera



Los medios más importantes en facebook (junio 2016)

Medio	Número de <i>Likes</i>
Aristegui Noticias	6 millones 214 mil 241
Azteca Noticias	4 millones 125 mil 883
Proceso	3 millones 895 mil 804
Noticieros Televisa	3 millones 868 mil 968
El Universal	2 millones 887 mil 320
24 Horas	2 millones 305 mil 002
La Jornada	2 millones 040 mil 825
Desinformémonos	1 millón 636 mil 901
Noticias MVS	1 millón 402 mil 885
Sin Embargo	1 millón 315 mil 329

Fuente: César Augusto Rodríguez Cano, *Proceso*.



Comentario final

Quiero resaltar que los elementos principales cuando se busca incidencia por la vía de los medios tradicionales y de sus extensiones en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y por la vía de los medios nativos de esta nueva era del internet –como serían los portales *Sin Embargo* y *Desinformémonos*—, son definitivamente la honestidad y veracidad del mensaje; una redacción o una transmisión verbal sencilla y directa; un contenido y sustancia del mensaje con fuerza y argumento, y por supuesto el cabildeo directo. Todo eso lo tiene Rimisp.



GRACIAS...

