

# Adaptarse (a internet) o morir

Pinto Márquez, Gabriela

2016-06-08

---

<http://hdl.handle.net/20.500.11777/1789>

<http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf>

## ■ MEDIEROS

# Adaptarse (a internet) o morir

📅 08/06/2016 04:00

👤 Publicado por Gabriela Pinto Márquez

No es ninguna novedad decir que la red ha cambiado el funcionamiento del mundo: tenemos acceso a muchísima información al alcance de un *clic*, las condiciones laborales se han transformado con sistemas enlazados e incluso las interacciones personales han sufrido cambios con las plataformas de mensajería instantánea. Las formas de aprendizaje también han sufrido cambios: con una conexión, una persona puede instruirse sobre prácticamente cualquier tema, ya sea en video tutoriales en Youtube o a través de sitios que ofertan cursos en línea diseñados por las universidades más prestigiosas del mundo (como Coursera).

Otro cambio radical en las formas globales de comunicación está relacionado con la capacidad de ser audiencia y productor de mensajes al mismo tiempo. Si estamos conectados, probablemente ahora somos prosumidores: *tweets*, *memes*, infografías, ediciones fotográficas y videos que se hacen virales en cuestión de horas, es cosa de todos los días. Hace poco supimos de una mamá muy contenta después de comprar una máscara de Chewbacca, que posteriormente fue invitada a las instalaciones de facebook para realizar una sesión de fotos con una botarga del personaje. Esta semana, uno de los casos de análisis es el de un joven que hizo un video al que tituló querido ladrón. Su objetivo fue difundir un mensaje a partir del robo de una bicicleta que transportaba en su vehículo. Una empresa distribuidora de bicicletas lo tomó como una oportunidad de publicidad y le ofreció al joven la bicicleta gratis si el video llega a los 50 mil *likes*. Cada vez es más común que las empresas e instituciones contraten gente especializada en gestión de redes para promover su marca o difundir información en un entorno en el que se privilegia en buena medida la fugacidad y la banalidad, pero que igualmente se puede usar para el cambio social: desde hace tiempo, Internet también sirve para hacer denuncias o complementar movimientos sociales, como en el caso de la Primavera Árabe, *#Yosoy132*, o *#MiPrimerAcoso*. En el plano local, sirve para que los medios que realizan coberturas informativas como *La Jornada de Oriente* o *e-Consulta*, puedan ofertar además de los servicios tradicionales, innovaciones necesarias que complementan su labor periodística y de comunicación, con las transmisiones en tiempo real o las recientes coberturas especiales con tema electoral. En este sentido, quienes ejercen la comunicación han de estar atentos para realizar los ajustes pertinentes con respecto a los contenidos y las formas, para no llegar a la situación de empresas como Blockbuster, que no supo adaptarse a las condiciones del entorno y desapareció.