

Beatriz Cervantes Mandujano

966957

Actividad 7

Howard Rheingold Smart Mobs:

1.- ubicar las 4 tesis más importantes de cada capítulo del libro Smart Mobs, de Howard Rheingold:

2.-Fundamentar cinco objeciones al texto

3.-Que aplicación admiten hoy en México las tesis de Rheingold?

4.- Comparar los observatorios de medios de Graciela Ramirez (web) y Claudia Benassini:

Smart Mobs: multitudes inteligentes.- La e- movilidad permite conectarse a internet desde diferentes equipos- muchos de ellos diminutos- inalámbricos.

\*la tesis principal de la obra es que la emergencia de comunicaciones móviles masivas combinadas con conexiones interneteanas permanentes generaran nuevos tipos de tribus urbanas hiperconectadas.

Dichos grupos ya existen, como los millones de compradores y vendedores espontaneos de eBay los adolescentes que flirtean telefónicamente via los celulares en todas partes, o los usos hechos por los militantes de Al Qaeda de la red y los móviles que facilitaron el ataque a las torres gemelas- o los celulares que liquidaron en Manila al ex – presidente Joseph Estrada.

Rheingold menciona algo que hoy nos parece evidente pero que costo mucho reconocer. A saber que el injerto de un medio nuevo sobre uno viejo, o de dos viejos entre sí no da un tercer medio que combine lo mejor o lo peor de los dos anteriores, sino algo totalmente nuevo e inesperado.

Despues de todo la PC no era tan sólo un mainframe con una pantalla de televisión. Se trataba de un medio con rasgos idiosincrásicos disponible para gente que nunca hubiese estado interesada en una computadora fashion. Lo mismo esta pasando con internet móvil que decididamente a pesar de lo que creían los gurúes- no se va a utilizar para conseguir cotizaciones bursátiles en los teléfonos, o para surfear la red desde una batalla minúscula. Lo que internet móvil va a hacer posible son cosas impracticables antes tales como la acción colectiva (lo que Pierre Levy llamo hace muchos años la inteligencia colectiva).

A saber la coordinación de actividades de modos inalcanzables antes de la existencia de tecnologías. Por supuesto que esta visión no existe aún para los negocios\_ y ni siquiera es imaginable en estos confines del planeta – y que la realidad social va mucho más rápido que la ideología de los negocios. Porque las tribus que danzan electrónicamente al compás de sus

celulares palpitan en Helsinki y en Tokio, en París y en Madrid, pero no en estos suburbios latinoamericanos.

Rehingold anticipó que las próximas innovaciones en la tecnología no serán productos sino más bien movimientos sociales. Lo que está haciendo posible la baja a través de precios es disminuir sensiblemente los costos de transacción para que millones de personas (especialmente los jóvenes) puedan movilizar sus actividades en direcciones inesperadas y muy creativas.

Todas estas energías pueden eclosionar en una plataforma abierta para la innovación, pero también (escenario muy temido por Rheingold) es imaginable que las compañías de cable y los telcos bloqueen la transición y busquen hegemonizar las posibilidades de comunicación, reduciéndolas a sus propios y limitados modelos de negocios. Que ello no suceda dependerá de un trabajo conjunto de usuarios y empresas, buscando plegar las innovaciones a las necesidades de la gente y permitiendo que las inversiones se traduzcan en servicios innovadores y mutuamente satisfactorios.

Hace alusión a un nuevo régimen tecnológico que por su celeridad se debe considerar como una oportunidad de implicaciones sociales en cada aspecto de la vida como reordenamiento. Anticipa que la convergencia de tecnologías abre nuevas opciones de cooperación. Y se cuestiona, si cuando el usuario de un móvil se encuentra ante dos elementos de interacción con la tecnología del momento emotivo psicológico de su realidad como el espacial de la conversación que comunica y acerca su objetivo, como podemos asumir facultades individuales hacia el trabajo de cooperación?

2.- 5 objeciones al texto:

En los países subdesarrollados el acceso a la tecnología es limitada

Quién crea y administra las tecnologías de la información, las grandes empresas tecnológicas.

Según la ley de la oferta y la demanda se racionarían los servicios tecnológicos, el temor consiste que el desarrollo de estos servicios masivos hacia el usuario serían selectivos por parte de las empresas que soportan investigación tecnológica dentro de un contexto de competencia de mercado, al ofrecer sólo aquello que les genere mayores dividendos, limitando el despliegue de creatividad tecnológica al contar sólo ciertos insumos base para crear nuevas tecnologías.

“Las próximas innovaciones tecnológicas no serán productos sino más bien movimientos sociales”.

Iria más allá de acuerdo a las preocupaciones latentes en las aportaciones de Rheingold, y que traduce en preguntas abiertas, los movimientos sociales son producto de necesidades de individuos agrupados en sectores de interés que demandan lo que el llama respuestas de la civilización, por lo cual esas respuestas traen consigo elementos culturales, históricos y educativos que a través de la celeridad de la información pueden orientar conductas sociales constructivas o destructivas en donde el ente individual elige sobre lo viable y lo deseable hacia el exterior reestructurando su entorno social y económico.

3.-En México, actualmente sólo 14.3 % de la población tiene acceso a internet, esto nos da un referente de que a más de dos décadas de lo que se le llamó el futuro de la tecnología de mente

#### OBSERVATORIO DE MEDIOS

Con el objetivo de generar un comentario reflexivo acerca del tema , conceptualize el tema , explore las páginas existentes respecto de los creativos: Claudia Benassini-Octavio Islas, Graciela Ramirez y de la Asociación Civil “a favor de lo mejor”, delimitando el comentario de observador proponente a observador usuario

Observatorio de medios ( concepto): es una laboratorio de experimentación para analizar medios masivos de comunicación y sus efectos directos en la sociedad.

- a) El observatorio de medios de Claudia benassini, nos proporciona el monitoreo de medios impresos acerca de un tema específico , segmentándolo según las acciones y reacciones respecto de los actores o grupos de interés, así como porcentajes según esta segmentación , y un análisis que determina esta segmentación muy sencillo de asimilar por lo que nos da la oportunidad de obtener inmediatamente información acerca de origen , causas, tendencias, intereses, acciones, reacciones en uno o dos párrafos por supuesto segmentado.
- b) Sin embargo quizá valdría la pena considerar modificar el formato de la página en función de hacerla todavía más interactiva y atractiva, así como aceptar la recepción de comentarios de más amplio espectro, el segmentarlos, graficarlos , pienso que un observatorio sin la mismo nivel de interacción emisor receptor se encontraría con el objetivo a medias. Por otra parte el obesrvatorio de medios de la organización asociación civil “ a favor de lo mejor”, nos encontramos con un sitio más visual e interactivo, que abarca medios que la anterior no monitorea y esta a su vez no monitorea prensa, y aún cuando justifica este monitoreo con exponer los niveles de calidad de contenidos de los medios masivos correlacionándola con su aportación cultural y educativa según con los índices de calidad preestablecidos y apegados al orden jurídico , en la intención de encuesta directa el esfuerzo es parcial ya que la intención de la encuesta se sesga más hacia los contenidos para su clasificación y audiencia que hacia los niveles de calidad educativa y cultural.

Observatorio de medios:

Medios de comunicación: todos

Observatorio de medios de Claudia Benassini

.-

Supuesto: La contrastación entre contenidos mediáticos da cuenta de las semejanzas y diferencias en las opiniones vertidas sobre los temas seleccionados. Así como la sistematización de la información así llevada se constituye en fuente de consulta con objetivos diversos. Comprensión más cabal sobre las formas en que los medios construyen la realidad como a la educación de las audiencias, que de manera creciente acceden a estos espacios.

Observatorio de medios de la asociación a favor de lo mejor:

Quien es a favor de lo mejor a.c.? .- Nace en 1998. Realizando trabajos de monitoreo de televisión, cine y videojuegos.

Observatorio social sobre la calidad de los contenidos de los medios , al ser una fuente que sirve como referencia para incentivar la reflexión y participación del público, ofrecerles un espacio de expresión, así como la promoción de productos de calidad en diferentes medios de comunicación.

Objetivos: Dar a conocer a la sociedad información permanente sobre el contenido de los medios y generar un informe anual que contenga los índices de calidad de los diversos medios de comunicación. Con base en variables que forman los contenidos se expresa el informe descriptivo y a través sobre una encuesta nacional sobre la calidad percibida por el público se produce el informe de calidad percibida por el público, se produce el informe de calidad que sirve a todos los involucrados del proceso de la comunicación: concesionarios, creativos, productores, anunciantes, autoridades, educadores y el propio público, para que juntos participen en reflexiones y acciones coordinadas para su mejoramiento.