



Universidad Nacional Autónoma de México



Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Ciencias de la Comunicación

Comunicación Organizacional

**Tesis de Licenciatura:
Ciberactivismo: estrategia cultural de las organizaciones
emergentes**

Tesista

Norma Verónica Ugalde Guzmán

Número de cuenta: 099349202

Directora de tesis

Lic. Esperanza Alejandra Cabrera Martínez



Universidad Nacional
Autónoma de México

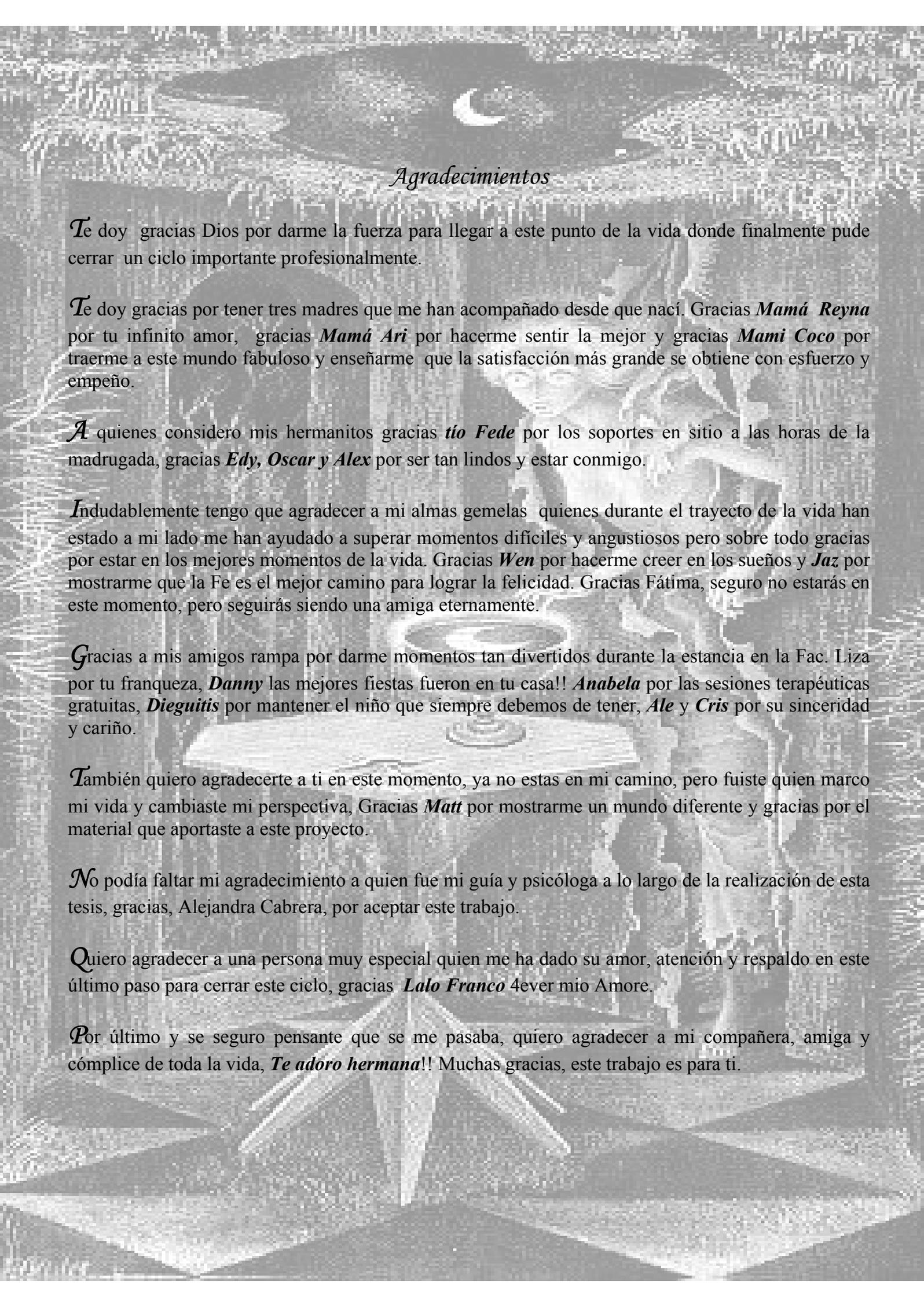


UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



Agradecimientos

Te doy gracias Dios por darme la fuerza para llegar a este punto de la vida donde finalmente pude cerrar un ciclo importante profesionalmente.

Te doy gracias por tener tres madres que me han acompañado desde que nací. Gracias **Mamá Reyna** por tu infinito amor, gracias **Mamá Ari** por hacerme sentir la mejor y gracias **Mami Coco** por traerme a este mundo fabuloso y enseñarme que la satisfacción más grande se obtiene con esfuerzo y empeño.

A quienes considero mis hermanitos gracias **tío Fede** por los soportes en sitio a las horas de la madrugada, gracias **Edy, Oscar y Alex** por ser tan lindos y estar conmigo.

Indudablemente tengo que agradecer a mi almas gemelas quienes durante el trayecto de la vida han estado a mi lado me han ayudado a superar momentos difíciles y angustiosos pero sobre todo gracias por estar en los mejores momentos de la vida. Gracias **Wen** por hacerme creer en los sueños y **Jaz** por mostrarme que la Fe es el mejor camino para lograr la felicidad. Gracias Fátima, seguro no estarás en este momento, pero seguirás siendo una amiga eternamente.

Gracias a mis amigos rampa por darme momentos tan divertidos durante la estancia en la Fac. Liza por tu franqueza, **Danny** las mejores fiestas fueron en tu casa!! **Anabela** por las sesiones terapéuticas gratuitas, **Dieguitis** por mantener el niño que siempre debemos de tener, **Ale** y **Cris** por su sinceridad y cariño.

También quiero agradecerte a ti en este momento, ya no estas en mi camino, pero fuiste quien marco mi vida y cambiaste mi perspectiva, Gracias **Matt** por mostrarme un mundo diferente y gracias por el material que aportaste a este proyecto.

No podía faltar mi agradecimiento a quien fue mi guía y psicóloga a lo largo de la realización de esta tesis, gracias, Alejandra Cabrera, por aceptar este trabajo.

Quiero agradecer a una persona muy especial quien me ha dado su amor, atención y respaldo en este último paso para cerrar este ciclo, gracias **Lalo Franco** 4ever mio Amore.

Por último y se seguro pensante que se me pasaba, quiero agradecer a mi compañera, amiga y cómplice de toda la vida, **Te adoro hermana!!** Muchas gracias, este trabajo es para ti.

Índice

Introducción.....	1
Capítulo I: La comunicación como parte fundamental de cualquier organización.....	6
Capítulo II: El comienzo de la transformación Global.....	55
Capítulo III: Reorganización Social: formación de movimientos propositivos.....	106
Capítulo IV: Nueva cultura ciberorganizacional: Ciberactivismo, estrategia contingente...	152
Capítulo V: Análisis y Evaluación del Ciberactivismo cómo estrategia de comunicación organizacional.....	175
Conclusión.....	219
Fuentes de consulta	227

Introducción

Globalización, Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, Sociedad Informacional, Internet, Comunidades Virtuales; estos conceptos los escuchamos cotidianamente, la razón: forman parte de nuestra realidad, son factores influyentes en la reorganización social.

La sociedad, llámese partidos políticos, grupos religiosos, élites capitalistas u organizaciones civiles, ha modificado sus parámetros, económicos, políticos, sociales y culturales. Esto es por un fenómeno no tan nuevo llamado, globalización.

La sociedad global incluye relaciones, procesos y estructuras sociales, políticas y culturales las cuales pasan de ser regional-local a internacionales, provocando un reordenamiento en la visión de los individuos, de trabajo, formas de ser, sentir, imaginar y pensar.

Tal fenómeno provoca la movilización social originada por el paradigma económico generador de desigualdades y desconexiones de grupos sociales poco privilegiados, obligándolos a formar organizaciones civiles con la esperanza de lograr una incorporación a la sociedad global. Se han dado cuenta del hecho que refugiándose en sí mismos no lograrán desaparecer las desigualdades. Necesitan constituirse en el contexto en el que se forma y se transforma la sociedad.

Actualmente, las moviidades sociales como lo son Greenpeace, Amnistía Internacional, Oxfam Internacional y Avaaz se han dado cuenta que para estar inmersos en la sociedad global, necesitan adoptar, de una forma convincente, los elementos inferidos en el sistema global, utilizando la disolución de las fronteras, los lenguajes globales y aprovechando "la cultura electrónica de la aldea global de una situación donde las sociedades enteras se comunican mediante una especie de gesticulación macroscópica

que no es en lo absoluto un lenguaje en el sentido usual".¹ Esto es el uso de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

Gracias a esto, han desarrollado estrategias contingentes para solucionar problemas actuales. El cambio cultural y la adaptación de estas tecnologías al entorno cambiante de la sociedad han producido un nuevo fenómeno dentro de las organizaciones emergentes, un fenómeno llamado: Ciberactivismo.

Dentro de este trabajo de investigación, se pretende demostrar ese cambio cultural desarrollado por las organizaciones emergentes con respecto a la adaptación de las nuevas tecnologías de comunicación, denominado: Ciberactivismo, y cómo se ha empleado esta estrategia de comunicación organizacional en las organizaciones civiles.

El Ciberactivismo nace de las cualidades proporcionadas por la Internet como es el uso de las páginas Web y el correo electrónico, generando así una herramienta con la cual las organizaciones emergentes difunden su existencia e informan sus acciones y objetivos llegando a sus públicos.

El fenómeno del Ciberactivismo encierra las cualidades de informar, difundir y legitimar sus actos, pues, al poner alcance de las personas la información necesaria y el medio con el cual pueden interactuar-ayudar a la contribución de una causa benéfica para nuestro entorno-comunidad y halla una respuesta del receptor, se cumplen todas las modalidades para ser considerada como una estrategia de comunicación organizacional.

Al darse cuenta de los beneficios del Ciberactivismo, gracias su efectividad para propagar el mensaje de una forma rápida y con la información necesaria y a la dinámica de respuesta de los públicos, las organizaciones civiles lo utilizan como estrategia comunicativa para el cumplimiento de los objetivos.

¹ Marshall McLuhan, **Guerra y paz en la aldea global**, Pág. 54

Para llegar al Ciberactivismo, como estrategia comunicativa de las organizaciones, es necesario desarrollar el concepto de comunicación organizacional, así como identificar sus elementos conformados por ella, por lo cual el primer capítulo de esta tesis tendrá como objetivo demostrar la importancia de la comunicación en las organizaciones, desarrollando así el concepto de la disciplina de la comunicación organizacional.

Asimismo, se planteará un modelo comunicativo como base de las organizaciones y el desarrollo de un plan estratégico para el cumplimiento de objetivos.

En el segundo capítulo se identifica el contexto sociocultural donde se desenvuelve el objeto de estudio de esta investigación, el Ciberactivismo. A partir del análisis de éste, permite conocer el panorama cultural en el cual se desarrolla así mismo, donde las organizaciones involucradas con él se han adaptado el proceso de la globalización e integración de las nuevas tecnologías de información incorporadas a las estrategias de acción, desarrollando una transformación cultural en sus usos y costumbres. También da la pauta para comenzar el estudio de las organizaciones emergentes, quienes toman como principal herramienta el uso de Internet.

Para realizar un mejor análisis de las organizaciones emergentes, se desarrolló el capítulo tercero el cual tiene por objetivo describir a dichas organizaciones, las cuales se toman como arquetipo para la comunicación organizacional por sus afinidades a la misma.

Dentro de este mismo apartado se plantea el objetivo de conocer las nuevas estrategias comunicativas planteadas por las organizaciones civiles a partir de su formación en redes y su adaptación al entorno.

El capítulo cuatro muestra los estudios de caso de esta investigación identificados en Greepeace México, Amnistía Internacional, Oxafam y Avaaz, organizaciones emergentes, precursoras del Ciberactivismo desde hace un par de años, utilizándolo como estrategia

de comunicación organizacional, para una mayor dinámica integral de la cultura e identidad de la organización efectuando la movilización y acción de sus miembros a nivel global.

Amnistía Internacional fue uno de los precursores en esta nueva estrategia de comunicación, a raíz del caso de Amina Lawal, una mujer musulmana condenada a morir por lapidación² en el año del 2002, por tener una hija fuera del matrimonio.

Greepeace México, a través de su página Web, involucra a su público a participar en ciberacciones, de los cuales los resultados fueron: la liberación de Isidro Baldenegro y Hermegildo Rivas, indígenas rarámuris promotores de la defensa de los bosques en la sierra Tarahumara.

Otro caso es el de Etiopía, ya que tenía una deuda con la empresa Nestlé la cual llevaría a la miseria aquel país en crisis económica. Oxfam a través de una campaña propagandística difundida por Internet generó la respuesta de sus miembros en todo el mundo dando como resultado la condonación de la deuda.

Estos casos de estudio podrán ayudar a comprobar la eficacia del Ciberactivismo como estrategia de comunicación por sus funciones de ayudar a difundir e informar de una manera dinámica a los públicos.

Por último, la forma de explicar el funcionamiento de esta estrategia desarrollada por las organizaciones propositivas se plantea un quinto capítulo, donde se evaluará la eficacia de la estrategia del Ciberactivismo; es aquí, donde se resolverá la hipótesis central de este trabajo de investigación la cual es:

² Morir a pedrazos

“El Ciberactivismo actúa como estrategia de comunicación, porque informa, difunde y legitima asimismo existe una acción por parte de los públicos.”

Se tiene como objetivo dentro de este capítulo la comprobación del Ciberactivismo como estrategia de comunicación organizacional a través de una metodología de evaluación, los resultados obtenidos sustentarán la tesis y aportaran datos para hacer una propuesta de mejora.

Asimismo se concluirá la comprobación de los objetivos particulares los cuales son:

- Estudiar la transformación cultural de las organizaciones emergentes a partir de las nuevas tecnologías de comunicación.
- Conocer las nuevas estrategias de comunicación, planteadas por las organizaciones civiles.
- Analizar las ventajas y desventajas del Ciberactivismo.

Tratándose el Ciberactivismo como tema tecnológico y tomando como premisa la forma excesivamente rápida de su evolución, la temporalidad de la tesis se hizo en un lapso de dos años con la finalidad de monitorear tal fenómeno para estudiar su comportamiento logrando sustentar su existencia y veracidad por ser un tópico de reciente utilización.

El conjunto del estudio resolverá interrogantes planteadas para el inicio de la tesis como son: ¿Cómo cambia la estructura de la organización? ¿Serán benéficas las transformaciones para el individuo que labore en la organización o no? ¿Cuáles serán los riesgos de la adopción de estas tecnologías de comunicación?, ¿Cuál será la nueva identidad cultural de individuo dentro de la organización?

“Hay un surgimiento de una nueva estructura social, manifestada bajo distintas formas, según la diversidad de culturas e instituciones de todo el planeta. Esta nueva estructura social está asociada con el surgimiento de un nuevo modo de desarrollo, el informacionalismo, definido históricamente por la reestructuración del modo capitalista de producción hacia finales del siglo XX.”...Castells

1. La comunicación como parte fundamental de cualquier organización

No hay duda, la sociedad se ha transformado hasta convertirse en una sociedad globalizada e informática, la cual converge sobre una gran red formada por todo tipo de organizaciones e instituciones, interesadas en cumplir sus objetivos, sobre las muchas ya existentes, sean o no semejantes a ellas. Esta revolución ha cambiado la manera de operar y, sobre todo, de comunicar, pues no sólo el acceso a la información ha evolucionado, sino la manera en como se utiliza y se conceptualiza.

Las organizaciones se han dado cuenta de la clave para sobrevivir y es la forma en como se maneja la información y el poder de la comunicación dentro y fuera del espacio organizacional. La gente coordina actividades unos con otros para alcanzar sus objetivos; en último término la supervivencia y la prosperidad es la principal actividad de la organización basada en la cooperación...”persuadiendo a la gente se logra su cooperación y la comunicación es una herramienta, la cual ayuda a obtenerla”.¹

El sólo hecho de existir ya no es suficiente la fórmula está en saber desarrollar un plan estratégico de comunicación organizacional, el cual se encuentre orientado a objetivos ya definidos, donde los integrantes jueguen un papel funcional para conseguirlos.

Informar y enfocar los objetivos, así como la coherencia de las acciones a desarrollar orientará a los integrantes a definir su rol dentro de la organización, creando una identidad sólida

¹ Antonio Lucas, **Sociología de la comunicación**, Pág. 99.

impregnándose en la cultura organizacional, lo cual dará como resultado la legitimidad de los procesos.

Asimismo, tomar en cuenta el entorno mundializador donde cada vez más se integra los flujos informativos a la Internet dará mayores resultados para obtener un uso estratégico de la comunicación y cumplir con la finalidad de la organización.

A continuación, dentro de este capítulo, se desarrollará un modelo de comunicación dinámica integral, formado a partir del análisis del desarrollo de la comunicación organizacional, el cual tiene sus bases a partir de las teorías administrativas complementándolas con las comunicativas.

1.1 Bases de la Comunicación Organizacional

El cambio a una sociedad moderna regida por las formas industriales fue la causa del estudio del comportamiento organizacional, de lo cual se desarrollaron cuatro corrientes de estudio: la clásica, la humanista, la de sistemas y la contingente; posteriormente, siguieron estudios más contemporáneos, aportando cada una rasgos significativos para el entendimiento de la comunicación organizacional en la actualidad.

El primer grupo de teorías son las impulsoras para la apertura de una nueva área de la comunicación, pues sus precedentes llevaron a los analistas de esa época a aceptar que el estudio de las organizaciones aportaba datos importantes para la comprensión de la estructuración de las organizaciones en materia de roles, objetivos y funciones de los integrantes; asimismo, saber cuáles son los factores influyentes en su comportamiento.

Esta corriente del conocimiento se identificó con pensadores como Max Weber, Taylor y Fayol, autores dedicados al análisis del entendimiento del funcionamiento de las organizaciones, logrando la conceptualización de la Teoría Clásica.

1.1.1 Teoría clásica

Esta teoría se desarrolló a partir de la revolución industrial, pues la intervención de las máquinas transformó el proceso de trabajo, sistematizando las actividades; este fenómeno también trajo consigo el incrementado de organizaciones.

Los principales autores de esta corriente fueron Frederick W. Taylor, Henri Fayol y Max Weber; ellos aportaron la idea de perfeccionar la forma de estructurar las organizaciones para operar de manera óptima con la finalidad de alcanzar los objetivos operativos, tomando como base la formalización de la organización.

Frederick Taylor, ingeniero industrial, en su obra *The principles of scientific Management*, en 1911, desarrolló la premisa sobre la optimización de los procesos, con respecto a la eficiencia en tiempo y trabajo, además de aconsejar a los altos mandos de demostrar un comportamiento duro con los integrantes con el objetivo de evitar sublevaciones. También habló sobre el incentivo económico como el factor más importante de motivación.

Complementando los estudios de Taylor, Henri Fayol, fundamentó la implementación de la estructura formal en las organizaciones, pues su experiencia como administrador de una empresa minera le sirvió para realizar 14 principios para realizar un trabajo eficiente en cuestión de la formación de las tareas, autoridad y planeación de procesos. Dichos principios son los siguientes:

Principios para realizar un trabajo eficaz	
<ul style="list-style-type: none">• División del trabajo (especialización).• Autoridad y responsabilidad (poder).• Disciplina (obediencia).• Unidad de Mando (un jefe).• Unidad de dirección (un plan).• Subordinación de los intereses particulares a los generales (preocupación primaria por la organización).• Remuneración del personal (salarios justos).	<ul style="list-style-type: none">• Centralización (unión).• Cadena escalar (jerarquización)• Orden (posición única de cada persona)• Equidad (justicia)• Estabilidad en el personal (bajo índice de cambios)• Iniciativa (ideas fuera del plan previsto)• Compañerismo (moral elevada)²

² Gerarld M. Goldhaber, visto en Fernández Collado. **La comunicación en las organizaciones**, Pág. 23.

Max Weber se enfoca en su teoría de la burocracia basada en las teorías económicas de Adam Smith; en su obra, *The theory of Social and Economic Organizatios*, destaca la precisión y especificación del trabajo, para plantear los objetivos y metas de la organización. El propone la formulación de reglas y normas para mantener el control y la formalidad de la organización.

Weber hace énfasis en determinar una forma de organización, la cual sirviera mejor a las crecientes y cada vez más complejas necesidades de la sociedad industrial, por lo cual los “estándares de operación era lo primordial para asegurar la predecibilidad de la ejecución y la coordinación de tareas”.³

De la teoría clásica se desprenden los aspectos formales, las cuales deben de tomar las organizaciones para trabajar como lo son: la comunicación descendente, la práctica de normas y reglas para laborar en la organización, la centralización de la toma de decisiones, así como tipo de liderazgo rígido sin ver las necesidades de los integrantes y prestando poca atención al ambiente de trabajo.

En contraste a esta teoría, años posteriores con la continua investigación y estudio de las organizaciones los teóricos se dieron cuenta de otro factor, al cual no le habían prestado importancia, sin embargo, es el motor de toda organización, el humano, por lo cual surge la teoría humanística dando prioridad a la capacidad del ser humano para resolver problemas.

1.1.2 Teoría Humanística

Como su nombre lo dice, esta corriente de estudio se encargó de analizar el comportamiento de los individuos dentro de las organizaciones; el resultado fue la sensibilización por parte de los dirigentes con respecto a un trato cordial hacia los

³ Carlos Fernández Collado. **La comunicación humana en el mundo contemporáneo**, Pág. 96.

integrantes, mejores condiciones del área laboral así como el estudio de la comunicación abierta a través de los diversos canales de la organización.

Esta corriente surgió a finales de los años veinte y Principios de los treinta; sus principales propulsores fueron Elton Mayo, Katz Lewin, Rensis Likert, Douglas McGregor y Chris Argyris, quienes impulsaron el papel de la comunicación como base fundamental para la interacción entre los altos mandos y los subordinados y la formación de grupos de trabajo.

Mayo se dedicó a medir las conductas productivas del personal, a partir de las condiciones físicas, las relaciones grupales y la motivación, llegando a la conclusión de analizar las condiciones psicológicas laborales de los individuos. Katz Lewis, por su parte, se interesó en estudiar el liderazgo, la productividad y la solución de problemas.

Quien desarrolló cuatro modelos de diseño organizacional fue Likert, explicando la división de la dirección en cuatro sistemas: explotador-autoritario, el participativo, el benevolente-autoritario y el consultivo, tomando las variables de liderazgo, motivación, comunicación y toma de decisiones.

La conclusión de Likert fue el sistema participativo, es el más óptimo para el desempeño organizacional, pues su estructura flexible a la toma de decisiones; su sistema de recompensa, la responsabilidad de logros compartida, conciencia de los problemas de la organización, las decisiones diseñadas para motivar su implantación entre otras.⁴ Son la manera más viable de cumplir con los objetivos de la organización.

McGregor desarrolló el postulado acerca de todo ser humano tiene el potencial para aceptar responsabilidades, por lo tanto se encuentra comprometido con las metas de la organización, pues el mismo las formula; por su parte, Chris Argyris coincide con Likert, desarrolló la teoría sobre la administración participativa, la cual sostiene la interacción

⁴ Carlos Fernández Collado. **La comunicación en las organizaciones**, Pág. 26.

entre las partes de la organización e impulsa la participación entre los individuos, así como una estructura flexible.

La teoría humanística aporta la importancia del elemento humano, esto es integrar a todos los miembros de la organización, permitiendo una comunicación abierta, orientada a la participación de los individuos. Esto conllevará a unir los objetivos de la persona con los de la organización.

Una vez finalizada la investigación de la corriente clásica y la humanista, el resultado fue la obtención de dos elementos; la corriente humanista expuso al factor humano como motor de la organización y la teoría de sistemas, a la estructura formal como el sentido de la organización, empero los nuevos investigadores, desarrollaron una teoría más completa, donde explica el funcionamiento de la organización a partir de los aportes anteriores fusionando ambos elementos, llamándola teoría de sistemas.

1.1.3 Teoría de sistemas

La teoría de sistemas es una fusión de las teorías clásica y la humanista, se refiere a la "organización como un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, los cuales constituyen un todo organizado"⁵, cuya finalidad es conseguir la eficiencia en sus acciones para el logro de sus objetivos. Los creadores de esta corriente son: Trist, Daniel Katz y Robert Kahn.

Esta teoría clasifica dos tipos de sistema, los cerrados y abiertos; los primeros, se caracterizan por su manera de operar más racional e independientes. Por otro lado, el sistema abierto es aquel dispuesto a interactuar con su ambiente; por lo tanto, es más susceptible a la transformación interna. Katz y Kahn justifican la importancia a los factores estructurales,

⁵ Carlos Fernández Collado. **La comunicación humana en el mundo contemporáneo**, Pág. 100.

funcionales, sociales y psicológicos dentro del sistema y la consideración de los diversos aspectos del entorno.⁶

Trist aporta la presunción de la subdivisión del sistema y la optimización de los recursos, humanos, materiales y tecnológicos para el cumplimiento de las metas de la organización. En conclusión, esta corriente clasifica a las organizaciones en sistemas abiertos o cerrados y dividir sus operaciones en sus diferentes componentes.

La aportación de esta teoría es sustentar el sistema abierto; dispuesto a interactuar de manera dinámica con su entorno, puede facilitar el cumplimiento de los objetivos, por la entropía establecida con su ambiente, gracias al equilibrio con sus subsistemas y los demás suprasistemas.

Después de tres análisis sobre las organizaciones, los investigadores retomaron todos los elementos aportados por cada una de las anteriores, concluyendo poner atención a sus componentes internos y a los factores externos, los cuales influyen en su funcionamiento y comportamiento dentro de un contexto, pues, al tratarse de sistemas abiertos, están expuestos a los cambios drásticos realizados por las demás organizaciones de su alrededor.

1.1.4 Teoría contingente

La teoría contingente se encuentra fundamentada principalmente por Joan Woodward, Tom Burns, G. M Stalker, Paul Lawrence y Jay Lorsch; ésta explica la necesidad de las organizaciones en poner atención a su entorno, pues los factores cambiantes de la sociedad son la pauta para aprovechar los recursos del ambiente externo, adaptándolos a sus necesidades. Esta teoría sirvió como base para las teorías contemporáneas.

El sociólogo Tom Burns y el psicólogo Stalker dividieron a las organizaciones en orgánicas y mecánicas, pues, afirmaban, cada una respondía diferente a las condiciones del entorno. Las

⁶ Carlos Fernández Collado. **La comunicación en las organizaciones**, Pág. 29.

organizaciones orgánicas, se caracterizan “por tener un intercambio de conocimientos y experiencias, cuentan con la participación de los miembros de la organización, esto es crear una estructura (red) de comunicación”⁷; las mecánicas, al enfrentarse a un cambio o transformación su reacción, eran más lentas y menos efectivas por el retraso en la toma de decisiones.

Paul Lawrence y Jay Lorsch aportan la premisa de la necesidad de coordinar de manera óptima los elementos de la organización para una mejor respuesta al ambiente, el determinar metas comunes para todos los integrantes, ayuda a unir esfuerzos de la organización en conjunto para lograr objetivos.

Joan Woodward demostró, cómo la actitud y la conducta “eficaces” de los miembros de la organización dependen mucho de la tecnología nodal de las organizaciones.⁸ Saber aprovechar la tecnología en beneficio de la organización, puede hacer más fácil y eficiente el cumplimiento de objetivos se si saben orientar y adaptar con las innovaciones tecnológicas.

En resumen, esta corriente hace mención de la dinámica de los sistemas abiertos, debido a la interacción entre sus subsistemas, la rápida adaptación al entorno tomado los elementos favorecedores y por su transformación dependiendo de las condiciones del ambiente; por ello, es el mejor modelo adoptado por las organizaciones para su funcionamiento, y cumplimiento de sus metas, pues tiene mayor atención a la comunicación interna como externa.

1.1.5 Teorías Contemporáneas

Las teorías contemporáneas se desarrollaron a partir de los años cuarenta hasta ahora; se basan en algunos de los postulados de las primeras corrientes de estudio, fusionando ideas y

⁷ Carlos Fernández Collado. **La comunicación humana en el mundo contemporáneo**, Pág. 102.

⁸ *Ibidem.*, Pág.103.

conceptos con el objetivo de dar una mayor precisión en sus análisis sobre el papel de la comunicación dentro de las organizaciones.

En los años cuarenta surge el interés por los efectos de los medios masivos de comunicación en los integrantes de la organización, nace la idea de mantener al individuo informado, para un mayor compromiso con la misión de las organizaciones. Las redes de comunicación comienzan a estudiarse a principios de los cincuentas; autores como Jaconson y Seashore, ponen especial énfasis en las técnicas para trazar estructuras de comunicación.

Keith Davis, en 1953, analiza los canales de comunicación, en especial las redes donde existe mayor grado del rumor; también pone atención a la sensibilidad y actitud de los empleados con respecto al clima laboral. La Universidad de Purdue reconoce los beneficios de un sistema abierto en cuestión a la comunicación ascendente y descendente.

En 1963, la teoría magnética de Walton comprobaba cómo los roles de comunicación centrales desempeñaban un papel significativo, por los enlaces o no enlaces de información dentro de las organizaciones. La hipótesis se complementó con la teoría de los guarda barreras, pues estos enlaces unen a los enlaces entre los subordinados con los mandos de manera ordenada.

Una década más tarde, los investigadores le dieron prioridad al análisis del clima y su influencia en el trato entre jefe-subordinado; el punto esencial de esta investigación son la distorsión del mensaje ascendente. Los resultados demostraron: los subordinados tienden a distorsionar los “mensajes negativos–desfavorables, a los mensajes positivos-favorables”.⁹

Para 1980, el estudio de la comunicación organizacional tuvo principal interés por el estudio de la cultura organizacional, en ella se encuentran los valores, usos y costumbres de los integrantes. Saber cuáles son los actos significativos y simbólicos es importante para el

⁹ *Ibidem.*, Pág. 111.

análisis del comportamiento organizacional, para saber cómo se crea y se recrea la realidad organizacional.

Otro aspecto de investigación de Lengel y Penley en 1982, fue analizar los efectos de los avances tecnológicos de información en los integrantes, para prevenir la incertidumbre creada por las demandas de información en sus ambientes internos y externos. Los aportes más importantes de esta investigación son:

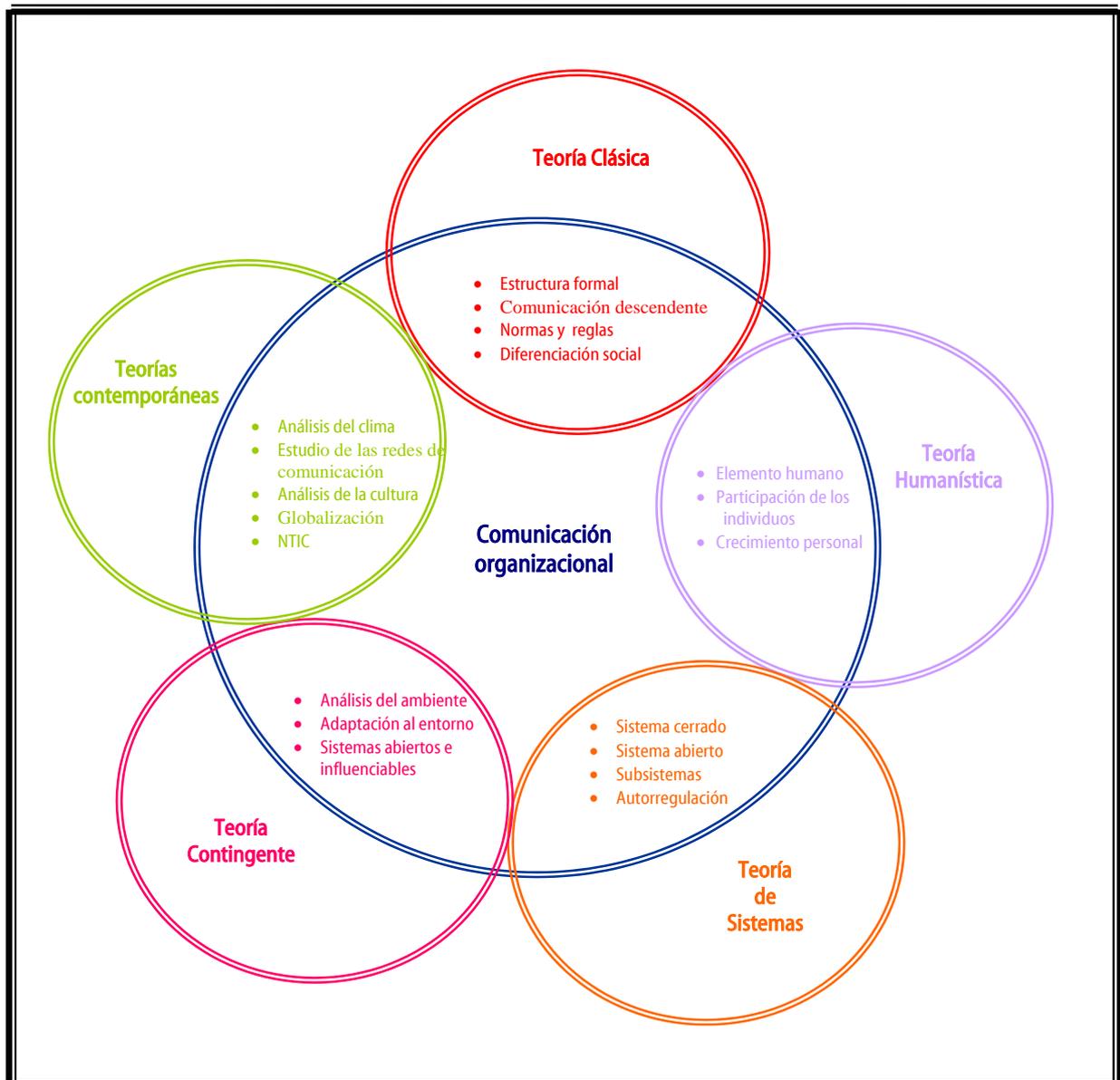
- Los medios electrónicos alteran las diferencias de estatus organizacional.
- Como resultado del punto anterior, las estructuras jerárquicas se vuelven más planas, descentralizadas y con unidades organizacionales pequeñas.
- Aumenta el desarrollo de nuevas redes de comunicación.
- Crece el número de contactos de comunicación entre los empleados.
- Aumenta la comunicación ascendente. ¹⁰

Las teorías de los noventa se centraron en el análisis del trabajo en equipo y la importancia de comunicación en todas sus modalidades tanto en la ascendente, descendente y horizontal; argumentaron la eficacia de la responsabilidad compartida y construyeron principios con base en la visión modernista de las organizaciones, cuyo propósito es alcanzar sus objetivos.

Está claro que, dentro de las organizaciones existe la comunicación para desarrollar el trabajo, esta debe encontrarse al máximo para lograr los objetivos y existan el menor número de fallas. Dentro de todas las teorías y posturas de estudiosos de la comunicación se encuentran los elementos clave para definir la comunicación organizacional ¿para qué sirve? y ¿por qué es importante para cualquier tipo de organización?

¹⁰ *Ibidem.*, Pág115.

Aportaciones a la comunicación Organizacional¹¹



¹¹ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

1. 2. Elementos de la Comunicación Organizacional

Después de los primeros estudios sobre el comportamiento organizacional, se ha puesto mayor atención a la relación entre la organización y la comunicación. La manera de involucrar a los integrantes con los objetivos de la organización es por medio de la comunicación generadora de alianzas realizadas por el intermedio de la información necesaria para realizarlas.

La comunicación “sirve como mecanismo para la adaptación de los individuos al entorno de la organización, también ayuda a la propia organización a integrarse a su entorno relevante dentro de la sociedad global”.¹² La importancia, el correcto uso del lenguaje y el contenido del mensaje, son algunos de los factores importantes para las organizaciones, ya que puede estar aquí la causa del error de operación o proceso realizado dentro de ellas para desarrollarse óptimamente en su entorno. El uso de la comunicación puede ayudar hacer más fluida la información y, con ello, evitar futuros problemas.

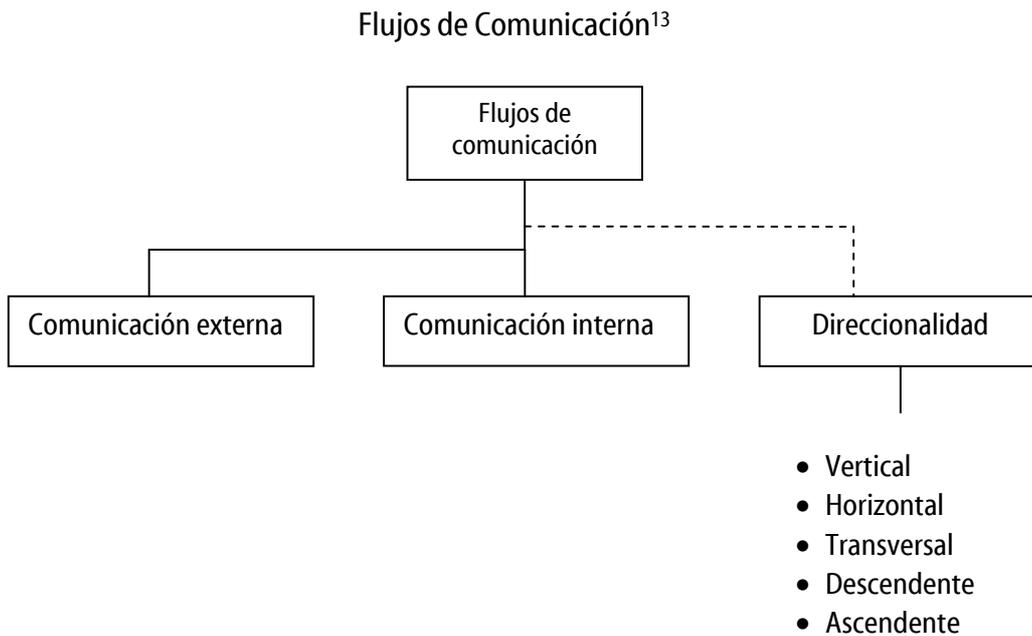
Si partimos de las aportaciones de las teorías clásicas, humanísticas, de sistemas, contingentes y las contemporáneas, nos dan como resultado un conjunto de elementos clave dentro del estudio de la comunicación organizacional.

La teoría clásica nos revela el estudio de la estructura formal, esto es en el establecimiento de normas y reglas se presta más atención a la comunicación descendente en tanto que la teoría humanística pone atención al elemento humano y a la participación de los individuos; si lo trasladamos al plano comunicativo organizacional nos referimos al análisis de los flujos comunicacionales.

¹² Antonio Lucas, **Sociología de la comunicación**, Pág. 104.

1.2. 1 Flujos de comunicación

Los flujos de comunicación se dividen, generalmente, en la interna y la externa. Los flujos de comunicación, a su vez, tienen una direccionalidad vertical, horizontal, transversal, descendente y ascendente. A continuación, se explicará su uso.



- La **comunicación interna** es donde los integrantes se comunican entre si, con el propósito de mantener buenas relaciones y mantener fluidos los canales de información existentes dentro de la organización.

La comunicación interna se subdivide en cinco direcciones **la horizontal o lateral y la vertical o descenderte o ascendente**, ambas encargadas de promover el intercambio de datos e información. La quinta **dirección es la transversal**, ésta se realiza en toda la organización sin importar orden jerárquico; se va a encargar de irrigar en toda la organización los objetivos y metas a gestionar para el desarrollo de la misma es el compartir la misma información a todos

¹³ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

sin ninguna restricción y su principal objetivo es mantener de una forma participativa a los integrantes.

La **comunicación horizontal**, como se había mencionado, es aquella donde los individuos de un mismo nivel jerárquico interactúan, relacionándose para cumplir el objetivo de la organización, para el desarrollo de una comunicación horizontal eficaz, Villafañe determina seis puntos para cumplir los objetivos de la organización:¹⁴

1. Favorecer la comunicación dentro de los departamentos y entre los departamentos.
2. Facilitar los intercambios entre los distintos departamentos de la organización.
3. Hacer posible la participación de todos los miembros en los distintos proyectos de empresa.
4. Mejorar el desarrollo organizativo.
5. Fortalecer la cohesión interna entre todos los miembros de la organización.

La comunicación es considerada como un proceso de Interacción donde también se ven involucradas las relaciones horizontales, entendidas como aquellas interacciones donde los emisores y receptores tienen roles equivalentes dentro de la organización desde una perspectiva organizacional.

Y la comunicación vertical se da a partir de relaciones diferenciadas, entre emisores y receptores, desde una perspectiva jerárquica dentro de una organización. Así, debemos entender una relación de desigualdad entre emisor y receptor; uno está, según los roles asignados, dentro de la organización, por sobre el otro. En este aspecto, una persona puede ordenar y la otra deberá obedecer.

¹⁴ *Ibidem.*, Pág. 126.

La **comunicación vertical** “se subdivide a su vez en descendente y ascendente, la primera se refiere a la comunicación, la cual fluye de un nivel de un grupo u organización a un nivel inferior”.¹⁵ Con la finalidad de comunicar a los miembros noticias, instrucciones u ordenamientos. Y la ascendente se manifiesta de forma viceversa de los niveles inferiores a los superiores, cuyo fin es obtener datos, noticias, opiniones, aspiraciones, etc., de los integrantes de la organización.

Los objetivos de la comunicación **ascendente** son:¹⁶

1. Proporcionar a los directivos el feedback que necesitan para tomar decisiones a la hora de dirigir la organización sobre acontecimientos diarios producidos por la empresa.
2. Es una fuente primaria de feedback para la dirección permitiendo determinar la efectividad de su comunicación descendente.
3. Alivia tensiones de los empleados permitiendo a los miembros más bajos de la organización compartir información revelante con sus superiores.
4. Estimula la participación y el compromiso de los empleados y de ese modo intensifica la cultura organizacional.

A pesar tener en claro cuáles son los objetivos de la comunicación ascendente, existen problemas cuando se quiere llevar a la práctica; los motivos, principalmente, son por el tipo de liderazgo de la organización. Éste puede ser demasiado rígido para poder expresar opiniones al respecto del funcionamiento de la organización. Sin embargo, existen organizaciones sin conflictos, cuando se requiere de comunicar de niveles menores a jerarquías mayores.

Los objetivos de la **comunicación descendente** van encaminados a las relaciones e interacción entre los directivos y los miembros de organización con rangos menores, en este

¹⁵ Robbins stephen. **El comportamiento organizacional**, Pág. 381.

¹⁶ Kreps Gary. **Organizational communication. Theory and practice**. Visto en Villafañe, **Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas**, Pág. 204.

tipo de comunicación es donde se puede introducir la cultura organizacional, desarrollando los mensajes para la comprensión de ésta, como son los objetivos y metas de la organización, el trabajo en equipo, la información requerida para su mejor realización dentro de la organización etc. Justo Villafañe determina cómo los objetivos van encaminados a los siguientes puntos:¹⁷

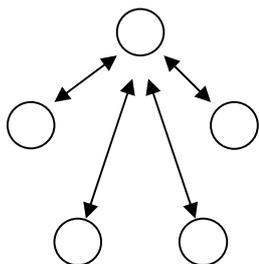
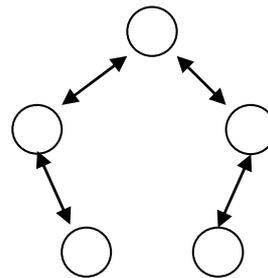
1. Asegurar que todos conozcan y entiendan los principios y fines que propone la organización.
2. Lograr credibilidad y confianza entre todos los miembros de la organización pero especialmente con los primeros niveles.
3. Fomentar la participación de los trabajadores en los distintos proyectos de empresa.
4. Hacer uso de los canales de transmisión de información implantados en la organización.
5. Fortalecer los roles jerárquicos.
6. Favorecer y hacer operativa la comunicación.

Se puede hablar de un tercer tipo de comunicación dentro de la interna, se trata de la comunicación transversal; ésta se realiza en toda la organización sin importar orden jerárquico, se va a encargar de irrigar en toda la organización los objetivos y metas ha gestionar para el desarrollo de la mismo es el compartir la misma información a todos sin ninguna restricción y su principal objetivo es mantener de una forma participativa a los integrantes.

Dentro de la comunicación interna, hay canales por donde fluye la comunicación, éstos pueden ser formales e informales. Las redes formales siguen la línea de mando, se clasifican en red en cadena, rueda y todo canal se muestran en el siguiente esquema.

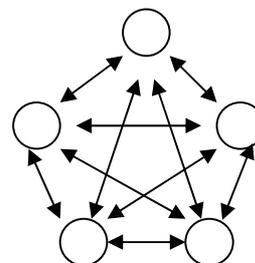
¹⁷ Villafañe, Justo visto en Ricardo Quiroga, **La comunicación en la empresa**, Pág. 125.

La de cadena se sigue un patrón de lineamiento muy formal, como lo menciona Stephen Robbins “la red de cadena sigue rígidamente las líneas formales de mando”.¹⁸



La red de rueda “confía plenamente en el líder para que actúe como el conducto central para todas las comunicaciones del grupo”.¹⁹

La más óptima a seguir sería la de a todo canal, todos los integrantes de la organización mantienen contacto entre sí.



Las redes de comunicación son importantes dentro de la comunicación interna formal, porque es la forma de ver como interactúan los grupos de trabajo en las organizaciones; por ejemplo, si la organización está muy abierta y ocupa la red a todo canal puede tender a crearse rumores si no es controlada.

Por otro lado, si sólo prevalece la red de comunicación de rueda los integrantes de la organización pueden perder relaciones de comunicación horizontales y perjudicaría a la organización por la posible falta de cohesión de grupo para realizar actividades. La red de cadena, por su lineamiento rígido y estático, podría ser monótona para la comunicación entre los miembros, pues de una forma similar a la de rueda habría poca relación entre los individuos de la organización.

¹⁸ Robbins Stephen, *op. cit.*, Pág. 382.

¹⁹ *Ibidem.*, Pág. 382.

Fernández Collado, menciona a las redes de comunicación como:²⁰

Formales (impuestas por una autoridad externa) o informales (derivada de los procesos de interacción de grupo). La red de comunicación o simplemente red, se refiere a la interacción entre los individuos y como se comunican entre sí, bien como una consecuencia de la accesibilidad de un canal de comunicación o a causa de la libertad percibida para utilizar los medios disponibles.

Con la premisa de las redes como el aprovechamiento de los medios de comunicación con los cuales cuenta la organización, el uso de los recursos materiales también interviene en este aspecto como lo son: el teléfono, el interfon, y ahora con el uso de Internet se abrió la posibilidad de la creación de Intranet, una red de computadoras conectas para la facilitación de la comunicación de una organización, ya sea personas dentro del mismo edificio o en otro subsistema. Este recurso acorta tiempos y procesos, su uso no es complicado para los usuarios de las organizaciones; dentro de éste se puede ubicar las nuevas redes de comunicación basadas en las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

• **La comunicación externa**, se trasmite hacia fuera de la organización. Fernández Collado la define de la siguiente forma.

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios.²¹

La comunicación externa tiene el objetivo de enviar mensajes a los públicos fuera de la organización para posicionarse dentro de su entorno, con la finalidad de mantener empatía y proyectar una determinada imagen. La comunicación externa cuenta con más divisiones, las cuales son:

²⁰ Fernández collado. **La comunicación en las organizaciones**, Pág. 79.

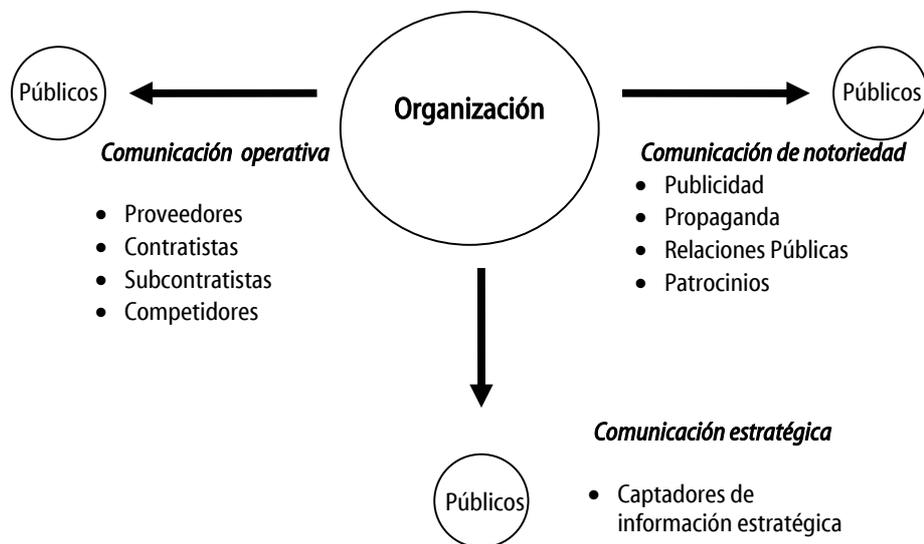
²¹ *Ibidem*.,, Pág. 32.

Comunicación externa operativa: Es la relación de los elementos de la organización con los distintos asociados o interlocutores; esto quiere decir son miembros de la organización encargados de mantener contacto con los públicos, proveedores, contratistas, subcontratistas, poderes públicos, eventualmente competidores, entre otros.

Comunicación externa estratégica: consiste en la formación de una red, o modo de *vigía* el cual se encarga de conseguir intermediario, esto es, alguno de sus miembros sitúe *captadores* de información estratégica en el medio.

Información externa de notoriedad: La organización se comunica por medio de la publicidad, propaganda, relaciones públicas, aplicando estrategias como: promociones, patrocinios, artículos de prensa, presentación de productos, asistiendo a las escuelas, presencia en exposiciones, etc.

Divisiones de la comunicación externa²²



²² Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

El Annie Bartoli hace hincapié en otro tipo de comunicación útil para exteriorizar información acerca de la organización y la pueden hacer sus mismos integrantes, cuando hablan con su familia, amigos, compañeros, conocidos, etc. Sin embargo, para esta práctica resulte necesaria:

- *Al individuo informado*: Esto remite a la comunicación interna, pues si no es suficiente no contarán con la información necesaria para transmitirla.
- *El individuo esté convencido*: implica coherencia entre el discurso y las acciones, si existe evidencia o algunas situaciones sobre incoherencia de la organización, el integrante no confiará en la organización, y el mensaje transmitido será desfavorable, no existirá una identidad con la organización.
- *Informar*: Se necesita una motivación del integrante, de no tenerla es probable no promoverá a la organización, por desapegó a ella; por esto, ahora las organizaciones buscan la motivación de los miembros y la movilidad de este.

Aspectos para una comunicación externa efectiva²³

Comunicación
externa efectiva

- **Individuo informado**. El integrante con suficiente información.
- **Individuo convencido**. El integrante debe tener confianza en la organización.
- **Deseo de informar**. Debe existir una motivación.

²³ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

La comunicación interna como la externa se encuentran relacionadas, la conjunción de ambas apoyan el objetivo final de la organización, por lo cual es necesario organizar formalmente procesos de comunicación y prever, mediante estructuras organizativas suficientemente flexibles pero con normas suficientes para orientar el mensaje.

El método para saber cuál es la forma adecuada para desarrollar el mensaje se encuentra en detectar la cultura predominante de la organización.

1.2.2 Cultura Organizacional

La comunicación organizacional toma el estudio de la cultura a partir de las teorías contemporáneas, las cuales se inclinan por el análisis del clima y la observación de las redes de comunicación.

La cultura, como lo plantea Manuel Castells, es una construcción colectiva, la cual trasciende al individuo e influye en sus actividades, por lo cual se encuentra existente en todo el sistema social y hace que sea parte fundamental del estudio de la comunicación dentro de las organizaciones para orientar el objetivo comunicacional.

La cultura organizacional es el conjunto de valores, creencias y relaciones laborales en común de los integrantes; su análisis puede ofrecer y orientar las formas definidas de pensamiento, sentimiento y reacción como guía para la toma de decisiones y otras actividades de los participantes en la organización.

Las definiciones de cultura organizacional comparten conceptos comunes. Subrayan la importancia de los valores y creencias compartidos y su efecto sobre el comportamiento. La cultura es el "pegamento social", el cual mantiene unida a una organización. Expresa los ideales compartidos por los miembros de la organización, manifestándolos por medio de elementos simbólicos, como mitos o rituales.

Según Capriotti, todas las organizaciones y sociedades, poseen unas pautas generales orientadoras al comportamiento personal y grupal dentro de la organización. La cultura de la organización es un conjunto de normas, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, con las cuales se rigen los miembros y se refleja en sus comportamientos. La comunicación de las empresas con sus públicos deja de ser solamente los mensajes *simbólicos* elaborados por la propia empresa, para incluir un nuevo elemento: la propia conducta de la empresa.²⁴

El detectar la cultura organizacional sirve para realizar la construcción su realidad, esto es percatarse de las estructuras, las reglas, las políticas, los objetivos, las misiones, las descripciones de tareas y los procedimientos normalizados; cada uno de estos elementos son creados e impuestos por influencias culturales de los líderes para tener el control de los elementos integrados por los sistemas sociales.

Aguirre Baztán, en su artículo, *La cultura de la empresa*, define la cultura como la identidad étnica de las organizaciones. Trata de identificar cómo opera esa cultura organizacional de la empresa a partir de su estudio, el cual se desarrolla en tres partes: la empresa es una cultura; los elementos básicos de la cultura de la empresa y su formación en la empresa²⁵

La cultura dentro la organización se puede utilizar como fuente de sentido, inyectada con los valores, usos y costumbres para dar una identidad. Este término Castells lo describe como la construcción del sentido cultural del actor social, el cual le dará mayor prioridad al resto de las demás.

Como se ha mencionado, en todo sistema social existe una cultura, sin embargo la orientación de las metas y objetivos de la organización implican compromiso por parte de

²⁴ Capriotti, Paul, **Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa**, Pág. 9.

²⁵ Aguirre Baztán Ángel. **¿Qué es la cultura de la empresa?** [en línea], N°27 Febrero, 2003 Universidad de Barcelona, Dirección URL: <http://www.plazamayor.net/antropologia/boant/articulos/FEB0302.html>, 14/08/2006.

integrantes; esto permite desarrollar una identidad a partir de una cultura favorable dentro de la organización.

Las organizaciones poseen una identidad definida, la cual “permite distinguir a cada una como singular, particular y distinguir de las demás”.²⁶ Y con su análisis podremos aplicar las dinámicas comunicativas necesarias para el cumplir con los objetivos.

Sin embargo, el análisis de la cultura se complementa con otro elemento más, el entorno de la organización, integrándose al del estudio de la comunicación organizacional.

1.2.3 Entorno organizacional

El estudio del entorno organizacional se desarrolla a partir de la teoría contingente, analiza el ambiente y la adaptación al entorno, también con tendencias sistemáticas de la organización se ve como un sistema abierto expuesto a diversos elementos de su alrededor y a su interacción con otros sistemas.

El entorno se refiere a todos aquellos elementos: personas, grupos, organizaciones, condiciones sociales técnicas relacionadas con la organización.

Es relacionado con los públicos externos, abarcando todos los sectores sociales, el económico, cultural, político, tecnológico; su análisis requiere de supervisar los canales de comunicación entre sus diversos públicos y la investigación del contexto social.

²⁶ Jorge Etkin, **Identidad de las organizaciones**, Pág. 51.

Las dimensiones vistas por el entorno se sintetizan en cuatro ambientes primordiales.

Ambiente	Elementos característicos
Económico	Estado financiero, la movilidad de los mercados comerciales, la centralización económica, bancaria, la infraestructura empresarial y el nivel de desarrollo económico.
Cultural	Son los aspectos sociológicos y culturales los cuales son la estructura social, clases, movilidad social, valores, usos y costumbres.
Político	Situación política- económica esto es la estabilidad del sistema, la legislación, laboral, ambiental, mercantil, los impuestos.
Tecnológico	Las Nuevas Tecnologías de Información. Madurez científica. Disponibilidad de la tecnología. Manejo de herramientas tecnológicas.

El conocer el entorno de la organización ayuda anticiparse a los hechos dependiendo de las exigencias de éste además de poder diseñar mecanismos comunicativos adecuados para la transmisión del mensaje. De acuerdo a las exigencias del entorno, es un medio externo no controlable, sin embargo se pueden desarrollar estrategias, las cuales ayudarán alcanzar los objetivos de la organización.

“El conocimiento del entorno resulta fundamental para la valoración de las oportunidades y amenazas las cuales se derivan del exterior de la organización y condicionarán fuertemente tanto la elección de su estrategia como la ejecución de la misma, tratada la incidencia en el desarrollo de las actividades y en la eficacia de la organización”.²⁷

²⁷ Aguirre Sadeba, et al., **Administración de organizaciones en el entorno actual**, Pág. 83.

Con la descripción de este último elemento, el estudio de los flujos de comunicación internos y externos y la cultura organizacional se tiene los componentes necesarios para desarrollar el concepto de la comunicación organizacional.

1.3. Definiendo a la Comunicación Organizacional

Dentro de este capítulo se planteó un resumen de las teorías de las cuales se extrajeron los elementos relevantes para la comunicación, se describieron con la finalidad de poder realizar una concepción de la comunicación organizacional.

La comunicación es la base fundamental para el proceso de socialización del ser humano, sin ella no existiría sociedad; por lo tanto, no habría una organización del individuo, por la falta de transferencia y comprensión de los datos emitidos por el receptor. De aquí la importancia de mantener un estrecho vínculo entre la comunicación y la organización para su óptimo funcionamiento.

La comunicación organizacional, según Gerald Goldhaber, es "un flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes"²⁸; el propósito de enviar mensajes dentro de la organización hace referencia al objetivo de enviarlo y cuáles son sus funciones específicas.

Identificar la red de comunicación dentro de la organización es indispensable para ubicar su dirección; esto es saber a quién se dirige el mensaje, con la finalidad de tener mayor control sobre el contenido o, en su caso, analizar la recepción para saber como actuar.

El estudio de la comunicación organizacional parte del supuesto, siguiente, las organizaciones tienen estructuradas las bases del procedimiento y estatutos operacionales funcionales, para desarrollarse adecuadamente, como lo define Fernández Collado:

²⁸ Gerald Goldhaber. **comunicación organizacional**, Pág. 23.

La comunicación organizacional es el conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización o entre la organización y su medio o bien a influir en las opiniones actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización ²⁹

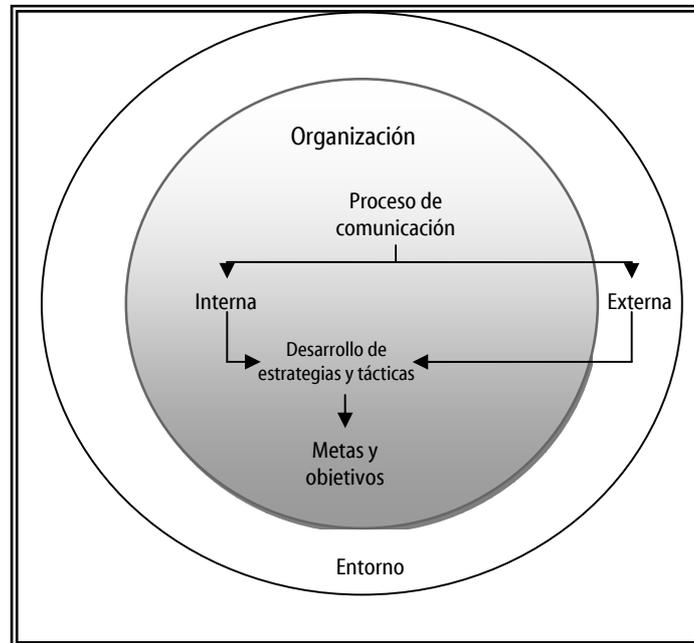
Esto con la finalidad de encaminar los objetivos y metas de la organización a la comunicación, si los individuos, se encuentran enterados de los objetivos así como su función para lograrlos, probablemente se logre finalizarlos de una manera óptima. Como lo menciona Nosnik “es una herramienta de trabajo importante con la cual los individuos pueden entender su papel y se pueden desempeñar de acuerdo con el, en la organización”³⁰ .

Por lo tanto, la comunicación organizacional abarca todos los procesos comunicacionales existentes dentro o entre la organización y su ambiente. La interna; entre los mismos individuos laborando en ella o la organización y su entorno (externa), su área es amplia, pues cada proceso de comunicación requiere de estrategias para su óptimo desempeño.

²⁹ Carlos Fernández Collado. **La comunicación en las organizaciones**, Pág. 12.

³⁰ Abraham Nosnik, **Comunicación organizacional práctica: Manual gerencial**, Pág. 22.

Comunicación organizacional³¹



La comunicación organizacional es la encargada de analizar a fondo cualquier sistema de organización. Estudiarla se refiere a observar todos los elementos conformada por ella, observar la interacción y su desarrollo desde el aspecto comunicativo con la finalidad de ver las posibles fallas como lo pueden ser los medios inadecuados para el envío de mensajes, la falta de información sobre las funciones a realizar y las metas y objetivos alcanzar.

Estos aspectos son de suma importancia para el funcionamiento de las organizaciones y todos ellos son transmitidos por medio de mensajes a los cuales se deberá buscar el canal óptimo para retransmitirlos y tratar de ser lo más apegado al objetivo de la organización. La comunicación organizacional es un proceso triple, se compone de significado, información y relación, sobre lo realizado dentro de ella.

³¹ Verónica Ugalde Guzmán. 2006.

Se ha mencionado que la comunicación se encarga de emitir y analizar los mensajes de la organización, sin embargo tiene una labor fundamental de darle significado, dependiendo de las metas de la organización para encaminarlos hacia una dirección específica, dependiendo de los objetivos y la cultura en la cual se encuentra.

Dar significación al mensaje puede tratarse desde conocer su historia, la trayectoria de la organización, sus funciones o el rol del individuo dentro de ésta; es encaminar el los discursos organizacionales a los públicos adecuados. El significado debe de ser coherente con el desarrollo de la organización y los mensajes emitidos por ésta.

La comunicación organizacional es el auxiliar para la existencia de una retroalimentación favorecedora en el funcionamiento de las actividades de la organización; si existe, todos los integrantes tienen información necesaria para realizar adecuadamente su trabajo. Por lo tanto, debe de haber una comunicación adecuada entre los miembros de una organización.

La forma como se puede llegar a integrar el trabajo de todos es por medio de proporcionar la información necesaria a los integrantes, para darles a conocer las metas de la organización y los objetivos en específico, los cuales deben lograr individualmente. Esto implica la creación, intercambio, proceso y almacenamiento de mensajes, a través de las diferentes estrategias necesarias para su difusión, su comprensión y su aplicación.

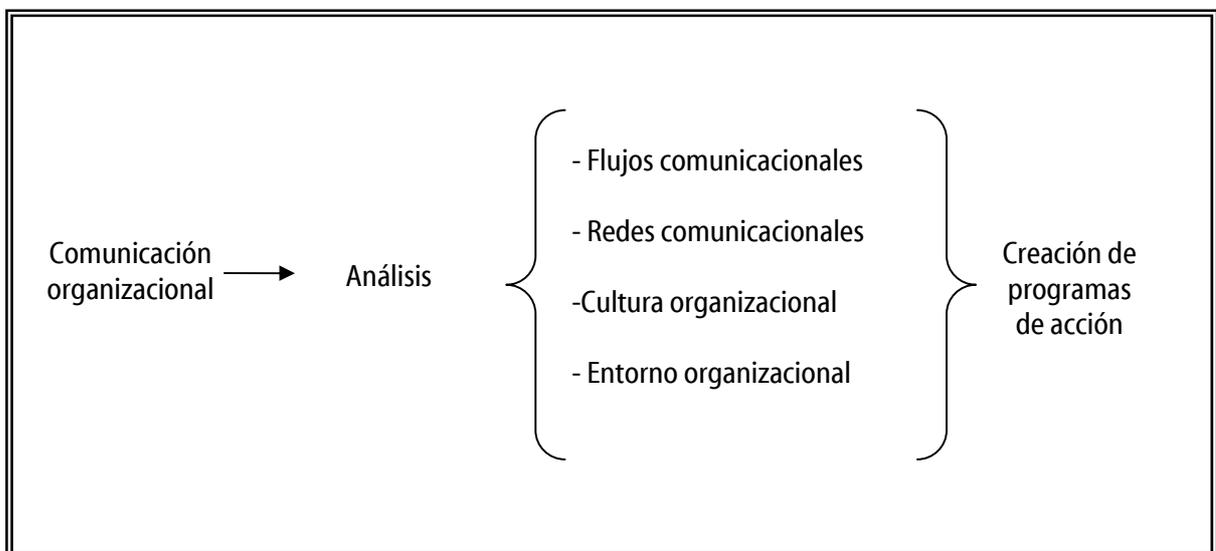
La comunicación organizacional es el sistema nervioso central de cualquier organización, porque, a partir del reconocimiento de los procesos operacionales y de comunicación, se establecerán dinámicas para mejorar el flujo de información, donde sea necesaria, por lo cual se optimizará el proceso de comunicación para una mejor función. Esto es por la adaptación de los objetivos de la organización a la comunicación.

La comunicación organizacional consiste en una actividad dinámica que mantiene cierto grado de estructura, la cual no es estática sino cambiante y se ajusta de acuerdo con el desarrollo de la organización.³²

La comunicación organizacional se resume como la encargada del análisis y estudio de los mensajes, la cual proyecta la identidad e imagen corporativas a sus públicos externos e internos a través de técnicas y estrategias flexibles las cuales se adaptan con el desarrollo de la organización, con la finalidad de cumplir sus objetivos y metas.

La comunicación organizacional se convierte en “el eje troncal inherente a toda organización formada por la identidad y cultura corporativa basada en el análisis de los procesos de información y comunicación al interior de la organización y su entorno; creando e implementando estrategias en las dinámicas de la organización para la optimización de recursos y con ello el logro de objetivos”³³

Estudio de la comunicación organizacional³⁴



³² Carlos Fernández Collado. *op. cit.*, Pág. 93.

³³ Jazmín García y Verónica Ugalde, 2007.

³⁴ Verónica Ugalde Guzmán. 2006.

El aspecto divisor de la comunicación organizacional de las demás ramas, es la diferencia cualitativa y cuantitativa se “establece en otros contextos debido a la presión ejercida al organizar y la misma organización pone en la comunicación”.³⁵

Salvador R. Sánchez Gutiérrez menciona a la comunicación organizacional integral como la posibilidad de tomar parte en la formulación de estrategias y en la implantación de las actividades de comunicación de la organización como un todo³⁶.

La comunicación organizacional se encarga de crear estrategias para la interacción entre los individuos conformados por la organización a través de redes de comunicación. Dentro de las organizaciones hay canales formales e informales de comunicación, los cuales son utilizados de acuerdo a la definición y rol de la organización y a su relación con el entorno social.

La necesidad de desarrollar estrategias es con el fin de crear los medios adecuados para la satisfacción de las metas y objetivos dependiendo si son internos o externos. Para saber las necesidades de la organización, es necesario hacer un diagnóstico para orientar al comunicador organizacional por donde empezar a desarrollar las estrategias.

1.4 Diagnóstico Organizacional

La funcionalidad de la comunicación se nota a través de las técnicas de desarrollo de planes estratégicos por lo cual al llegar al final del capítulo se plantea un modelo dinámico de comunicación integral a la organización para poder desarrollar un plan estratégico de comunicación organizacional en necesario realizar diagnósticos.

Se entiende por diagnóstico, la práctica profesional, en la cual se hace uso del conocimiento para interpretar los síntomas del objeto en estudio, evaluando, anticipando las alternativas

³⁵ Carlos Fernández Collado. *op. cit.*, Pág. 94.

³⁶ Salvador R. Sánchez Gutiérrez. **El poder de la comunicación en las organizaciones**, Pág. 12.

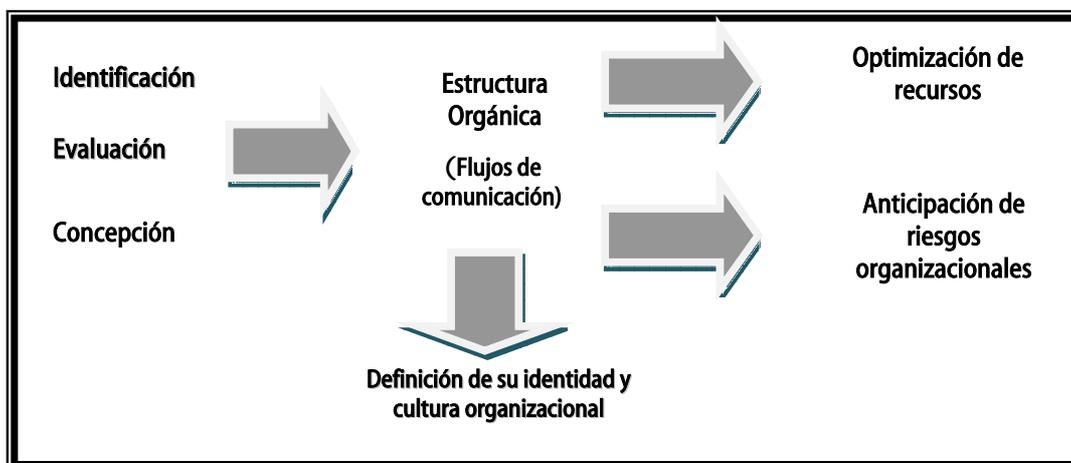
para dar una solución al problema encontrado, ya que indica cuál es la situación de la organización, cómo se relacionan los individuos y cómo interactúan en grupos y señala las fortalezas y oportunidades para ser explotadas.

Los análisis para diagnosticar a las organizaciones parten de la división de los públicos internos y externos para saber cómo se encuentran los flujos de comunicación y el ambiente en la organización, se desarrollará la metodología de un diagnóstico de clima o de comunicación interna, los cuales van a evaluar la cultura de la organización, las redes y canales de información o comunicación.

Para Carlos Bonilla, el diagnóstico permite conocer las necesidades de los diferentes públicos y sus expectativas; en relación con la organización el diagnóstico, deberá incluir diversas técnicas de recolección de información, entre ellos: la encuesta, la entrevista y la observación.

El diagnóstico de comunicación interna se basa en el estudio del clima, el cual analiza las normas, reglas, conductas, valores y sentimientos de los miembros. La investigación global de estos aspectos da como resultado el entendimiento de las características organizacionales.

Diagnóstico de Comunicación Interna.³⁷

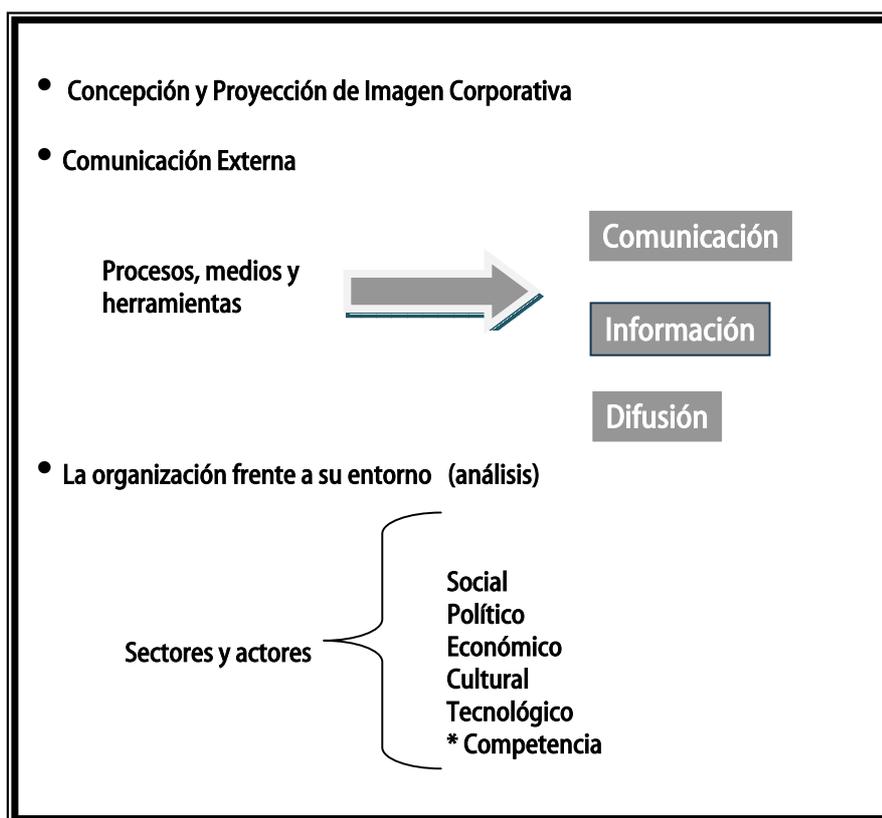


³⁷ Jazmín García y Verónica Ugalde, 2007.

Analizar la cultura e identidad de los individuos dentro de la organización, cómo interactúan los individuos en su ambiente laboral es un aspecto importante para entender el clima organizacional.

Para examinar la comunicación externa, se utiliza un diagnóstico diferente, el cual puede abarcar desde un análisis del entorno hasta una auditoría de imagen para determinar cuál es la situación comunicativa de la organización con relación a su auditorio exterior.

Evaluación del Entorno (comunicación Externa)³⁸



³⁸ Jazmín García y Verónica Ugalde, 2007.

Como se ha mencionado, se entiende a las organizaciones como sistemas abiertos, donde el entorno influye en sus decisiones para el logro de objetivos. El entorno se refiere a todos aquellos elementos: personas, grupos, organizaciones, condiciones sociales técnicas relacionadas con la organización.

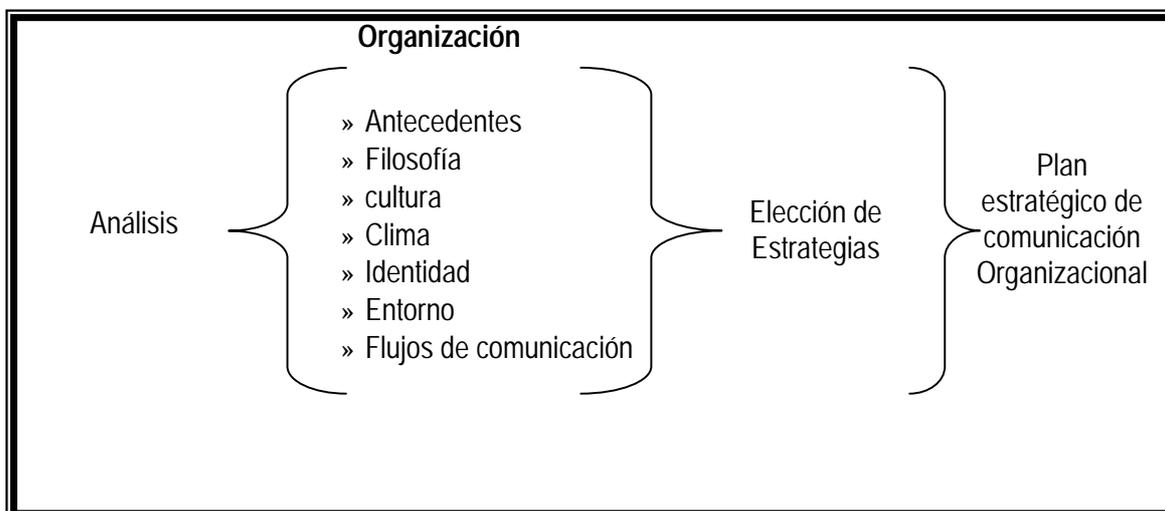
Es relacionado con los públicos externos, abarcando todos los sectores sociales, el económico, cultural, industrial, tecnológico; su análisis requiere de supervisar los canales de comunicación entre sus diversos públicos y la investigación del contexto social.

Una vez conociendo la situación comunicativa de la organización, se procede a realizar la estrategia de comunicación, la cual adapta todos los elementos proporcionados por el ambiente para aprovecharlos a favor de los objetivos de la organización como lo menciona la teoría contingente, adaptarse al entorno en el cual nos encontramos sumergidos.

Al aplicar la estrategia de comunicación traerá consigo una serie de cambios tratando de ser siempre favorable a la organización, pues la estrategia será enfocada a un objetivo preciso, ya determinado por el previo diagnóstico.

La elección de la estrategia dependerá de la problemática de la organización detectada por el diagnóstico realizado, el cual arrojará las problemáticas comunicacionales, así como los públicos implicados.

Proceso de Evaluación y Desarrollo Estratégico³⁹



1.5 Plan Estratégico de Comunicación Organizacional

1.5.1 Estrategias de comunicación

Después de explicar los elementos de la comunicación organizacional, haberla definido y planteado el desarrollo de un diagnóstico para saber el análisis situacional, el paso siguiente es encontrar el mejor método para lograr el objetivo, hacer cumplir sino en su totalidad en un porcentaje considerable, la pragmática de la teoría. Para seguirlo, se deberá desarrollar la creatividad para crear las mejores tácticas para lograr cumplir con el objetivo, a esto se le llama estrategia.

³⁹ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

Se le denomina estrategia al arte que permite con independencia de toda técnica dominar los problemas que plantea en sí, para permitir precisamente emplear las técnicas con máxima eficiencia. Es el arte de la dialéctica de las voluntades que emplean la fuerza para resolver sus conflictos⁴⁰

Así como utilizan los militares el concepto de estrategia, el comunicador organizacional debe desarrollar la estrategia con la finalidad de alcanzar los objetivos fijados por la organización, optimizando los recursos disponibles.

Se deben emplear diversas estrategias para solucionar los problemas de comunicación internas y externas del sistema social. Se define como estrategia de comunicación “una orientación teórica diseñada para el largo plazo, podemos entender también cómo dependerá de nuestra capacidad de indagación, diagnóstico y análisis, así como de las competencias”.⁴¹

El uso de estrategias corresponde de acuerdo al tipo de organización; por esta razón, es necesario hacer un diagnóstico, el cual determinará cuáles son los problemas de comunicación a solucionar de forma más urgente. Asimismo, se sabrá cual es el tipo de organización y así poder elegir la estrategia adecuada, esto con “la finalidad de alcanzar los objetivos fijados utilizando lo mejor posible los medios con que se disponen”⁴²

Por lo tanto, la definición de estrategia de comunicación, es un proceso organizacional de planeación de la comunicación, esto es a partir de la organización de todos los elementos de manera planificada de acuerdo a los objetivos y el método más eficaz para lograrlos. Esto lo afirma Rafael Pérez en su libro **Comunicación estratégica**, donde explica:

⁴⁰ Beaufre André, **Introducción a la estrategia**, Pág. 18.

⁴¹ Francisco Javier Garrido, **Comunicación Estratégica**, Pág. 86.

⁴² *Ibidem*.

La estrategia de comunicación es el método o conjunto de métodos que sigue el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación para el mejor logro de los objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de los otros jugadores (competidores, cooperadores), de sus audiencias (públicos –objetivos) y/o de la naturaleza (cambios del entorno).⁴³

Para desarrollar las estrategias, es necesario planearlas por lo cual es necesario tomar en cuenta, el entorno y la cultura e identidad organizacional; de acuerdo a las premisas anteriores, el plan estratégico de comunicación adaptará los recursos y habilidades de la identidad de la organización al entorno actual, aprovechando las fortalezas de la misma, así como las oportunidades proporcionadas por el ambiente en función de los objetivos, estando a la expectativa de las debilidades y amenazas.

1.5.2 Plan estratégico de comunicación

Siguiendo la línea contingente, las organizaciones se deben adaptar a su ambiente; una vez teniendo el estado situacional de la organización, es necesario crear un plan estratégico para dar solución a los problemas encontrados y adelantarse a los acontecimientos futuros o de mejor forma crear los escenarios adecuados para el logro de objetivos.

“El plan es un medio que permite incrementar el valor interno de una actividad, incluso de una profesión... es un método que permite integrar la comunicación a la estrategia de la empresa”⁴⁴

⁴³ Pérez Rafael, **Estrategias de comunicación**, Pág. 560.

⁴⁴ Libaert Thierry. **El plan de comunicación organizacional, como definir y organizar la estrategia de comunicación**, Pág. 51.

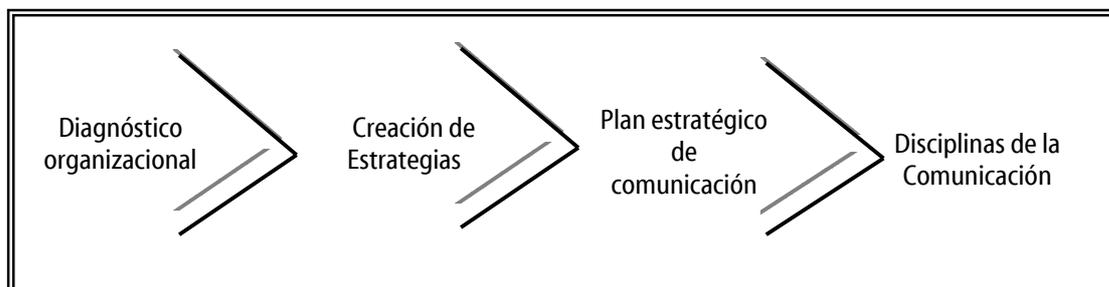
Los puntos para desarrollar un plan estratégico de comunicación son:

1. **Desarrollo de objetivos**, a partir del conocimiento de la misión y visión de la organización.
2. **Diagnóstico**, determinar cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, análisis de la comunicación interna y externa.
3. **Diseño de estrategias**, de acuerdo a los resultados arrojados por el diagnóstico, escogiendo las variables adecuadas para el desarrollo de objetivos.
4. **Aplicación de tácticas**, son la serie de actividades a realizar para el cumplimiento de metas y objetivos.
5. **Evaluación de la aplicación de estrategias**, una vez terminada la implementación de las tácticas y estrategias, los comunicadores organizacionales sólo monitorean las reacciones a ellas y en un periodo considerado se efectúa una evaluación para medir resultados.

Sin estrategia, una organización no tiene manera de conectar sus actividades específicas con los objetivos a largo alcance para un cambio social duradero. Un proceso de análisis, acción y evaluación ayuda a los grupos a conectar asuntos específicos, prácticas cotidianas y formas organizativas con la misión global.

La comunicación organizacional tiene la finalidad escoger entre las diferentes disciplinas de esta ciencia como la publicidad, propaganda, relaciones públicas, etc. para escoger cuál será la mejor para lograr la finalidad del proyecto, para lo cual es necesario hacer un plan estratégico, con el cual se podrá determinar el uso adecuado de las estrategias.

Línea de la comunicación Organizacional⁴⁵



» *Campaña de publicidad*

La publicidad es una técnica, la cual desarrolla una metodología con el único objetivo de crear un mensaje para fomentar o estimular la acción de compra de un artículo o servicio, se caracteriza por no disimular su intención. La publicidad tiene por objetivo promover las ventas, por lo tanto su éxito se mide por las ganancias.

La publicidad, dentro de la comunicación organizacional, se puede utilizar para promover la identidad e imagen de las organizaciones; busca llegar a una posición, donde el consultor y el cliente estén concientes de la situación real del producto o servicio y donde se cubran puntos como el desarrollo histórico, filosofía y estructura legal la posición entre el mercado o competencia.

La realización de la publicidad se hace después de un análisis sobre el producto o servicio; definir el producto o servicio; después se efectúa una campaña, la cual comprende un análisis situacional o antecedentes publicitarios. Esto es saber la historia del producto o servicio, cuáles son las empresas u organizaciones, brindando lo mismo y cuál es su cobertura en el mercado.

Se deben de considerar los siguientes elementos para este primer punto en el desarrollo de la campaña.

⁴⁵ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

- **Historia del producto;** por qué causa se ha creado, cómo se ha desarrollado, quiénes son sus creadores, así como la finalidad, muchas veces se utiliza con otro fin como es el caso de Coca-Cola, en un principio era un remedio para el dolor de cabeza y se convirtió en una bebida refrescante.
- Sus **categorías;** las subdivisiones del producto o servicio, muchas veces se deriva a diferentes segmentos del mercado.
- Su **presentación;** el diseño del empaque o en el caso del servicio las instalaciones debe de relacionarse con el producto o servicio.
- Su **nivel de precio;** el costo del producto debe de ser de acuerdo al segmento o debe de rebasar costes.
- El **modo y el momento de consumo:** temporada del año en el cual se promoverá su consumo.
- Quién es el **cliente,** hacer la selección correcta del nicho de mercado.

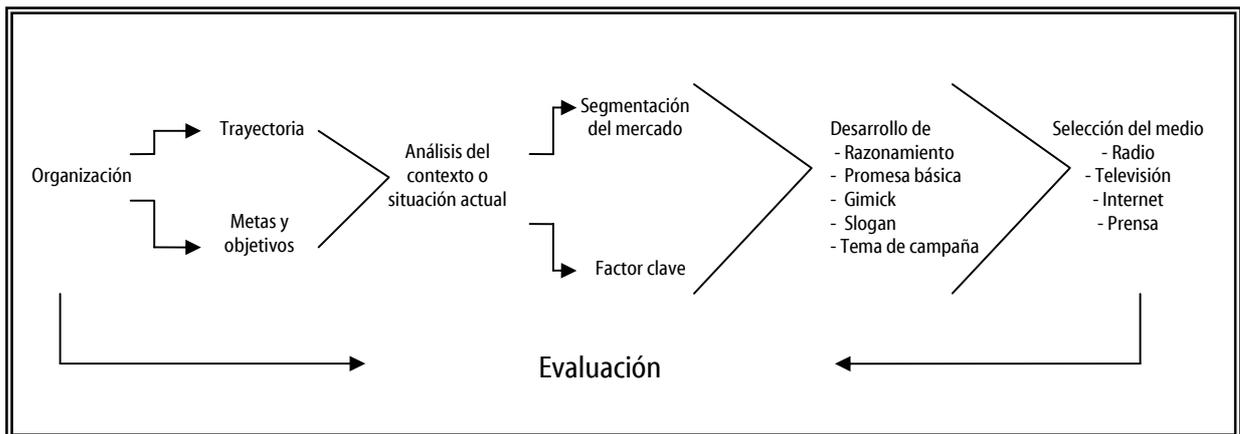
Enseguida del establecimiento del producto y sus antecedentes, se realiza el empleo de la estrategia creativa. El esquema a seguir es el siguiente:

1. ¿Qué es el **producto o servicio?**: definir el producto o servicio, cuáles son sus características y atributos diferentes, si existe un producto semejante.
2. **Antecedentes publicitarios:** se realizará con base en el contexto social y geográfico.
3. **Objetivos publicitarios:** éstos van encaminados a la introducción, promoción, expansión y recordación del artículo.
4. **Segmentación del mercado:** son los estudios acerca de los públicos; se hace referencia al marketing realizado a través de evaluaciones.
5. **Objetivo de comunicación:** finalidad de la campaña, si sólo consistirá en informar, formar una imagen o identidad.
6. **Factor clave:** temporada, contexto social y la cuestión geográfica.
7. **Razonamiento:** cuál es el motivo del producto, integración del producto.
8. **Posicionamiento:** presupuesto en medio, saber los medios a escoger.

9. **Promesa básica:** promesa del producto o servicio
10. **Gimmick:** gancho de atención del spot publicitario, lo llamativo del anuncio.
11. **Slogan:** frase corta en no más de siete palabras, identificará a la campaña y empresa, debe de ser congruente, motivador y agresivo
12. **Tema de campaña:** dependiendo de la temporada del año (si tiene alguna específica)

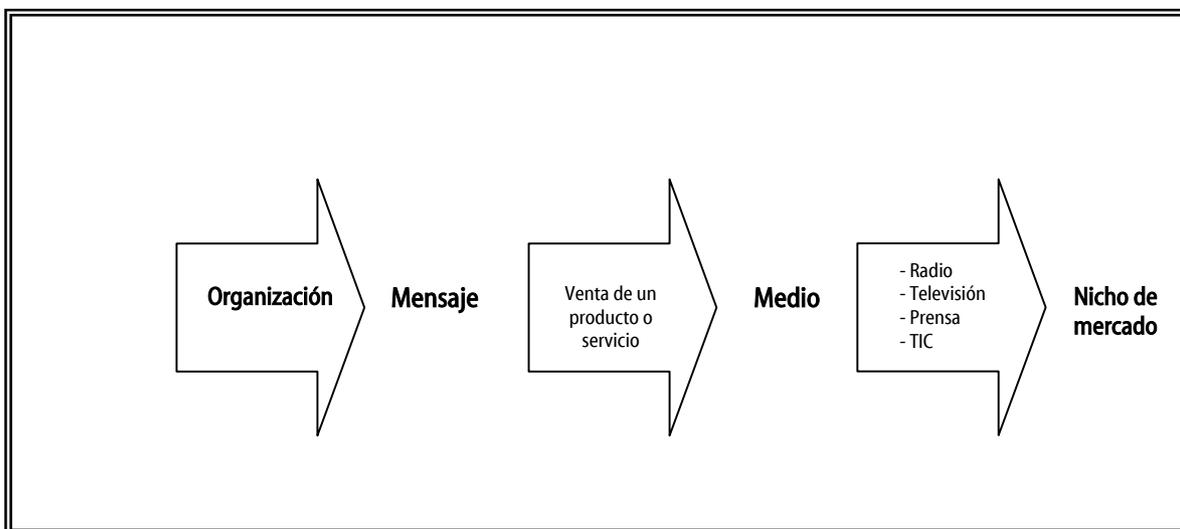
En el siguiente esquema se explica cómo funciona una campaña de publicidad en una organización.

Campana de publicidad para una organización⁴⁶



⁴⁶ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

Objetivo de la campaña de publicidad ⁴⁷



» *Plan de Relaciones Públicas*

La finalidad de relacionarse con los públicos es crear alianzas y, con ello, lograr el apoyo del público; dependiendo del objetivo de la organización, se orientará a la opinión pública. Las relaciones públicas también necesitan planificarse, pues se conforman de estrategias de comunicación para lograr sus metas.

La función del comunicador organizacional con respecto a las relaciones públicas, es crear los canales adecuados, mediante los cuales los públicos mantengan una comunicación efectiva para lograr los objetivos de la organización

Las relaciones públicas se pueden definir, como lo menciona Carlos Bonilla, una disciplina socio-técnica-administrativa, la cual analiza y evalúa los públicos la opinión y actitud de los públicos de una organización y se lleva a cabo un programa de acción planificado continuo y

⁴⁷ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

de comunicación, basado en el interés de la comunidad destinado a mantener una afinidad y solidaridad de los públicos con la organización para promover el desarrollo recíproco.⁴⁸

Black, por ejemplo, contesta, las Relaciones Públicas pueden servir para:

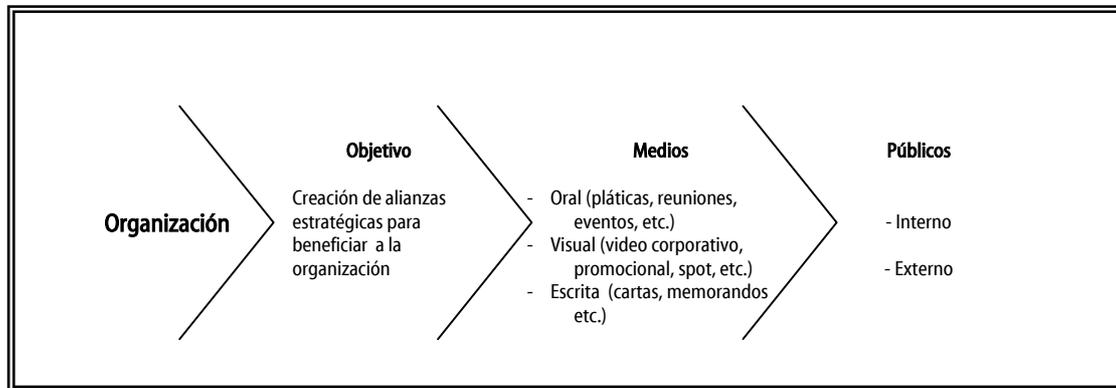
Función de las Relaciones Públicas	
<ul style="list-style-type: none">• Analizar tendencias futuras y predecir consecuencias.• Investigar la denominada opinión pública, las actitudes y las expectativas.• Establecer y mantener alguna comunicación bilateral.• Prevenir conflictos y errores de entendimiento.• Promover el respeto mutuo.• Armonizar el interés privado con el público.	<ul style="list-style-type: none">• Promocionar la armonía entre cuadros de mando, proveedores, empleados y clientes.• Mejorar las relaciones industriales.• Incentivar la implicación del empleado y reducir, al mismo tiempo, el absentismo.• Promocionar productos o servicios.• Aumentar beneficios.• Proyectar una identidad corporativa.

La finalidad de las relaciones públicas es formar una imagen u opinión acerca de la organización, la cual influya favorablemente en sus acciones, se guía en la siguiente metodología para realizarlas.

1. **Diagnóstico interno y Externo:** recabar y obtener datos sobre la trayectoria, contexto o situación de la organización o persona.
2. **Planeación Estratégica:** son los objetivos, metas, la imagen y reputación a proyectar.
3. **Tácticas de Comunicación:** cuáles son los canales más apropiados para desarrollar el trabajo, definición de calendario de actividades.
4. **Evaluación:** se hace una apreciación del plan implementado y se desarrollan nuevas estrategias o se reorganizan.

⁴⁸ Carlos Bonilla, **La comunicación: Función básica de las relaciones publicas** , Pág. 43.

Plan de Relaciones Públicas ⁴⁹



» *Campaña de propaganda*

La Propaganda es un conjunto de métodos.-El hecho de que hayamos destacado la imposibilidad de la existencia de técnicas, no significa que sostengamos que la propaganda sea una cuestión de “sensibilidad”, “olfato” o “intuición”. La propaganda implica tener presentes investigaciones, hipótesis, principios generales, sistemas, pasos para realizar un fin; pero, insistimos, son tantas las variables y a tal punto ambiguas y vacilantes, que hemos elegido la palabra métodos.⁵⁰

La propaganda debe disimular sus objetivos, en virtud de las acciones políticas, pues son con base en los estudiosos y las estrategias a desarrolla en el análisis de la situación; lo fundamental de un plan de campaña son los siguientes: buena organización, ritmo constante de la campaña, centralizar la dirección de la propaganda, coordinación de los medios utilizados y preservar la unidad de la línea ideológica.

⁴⁹ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

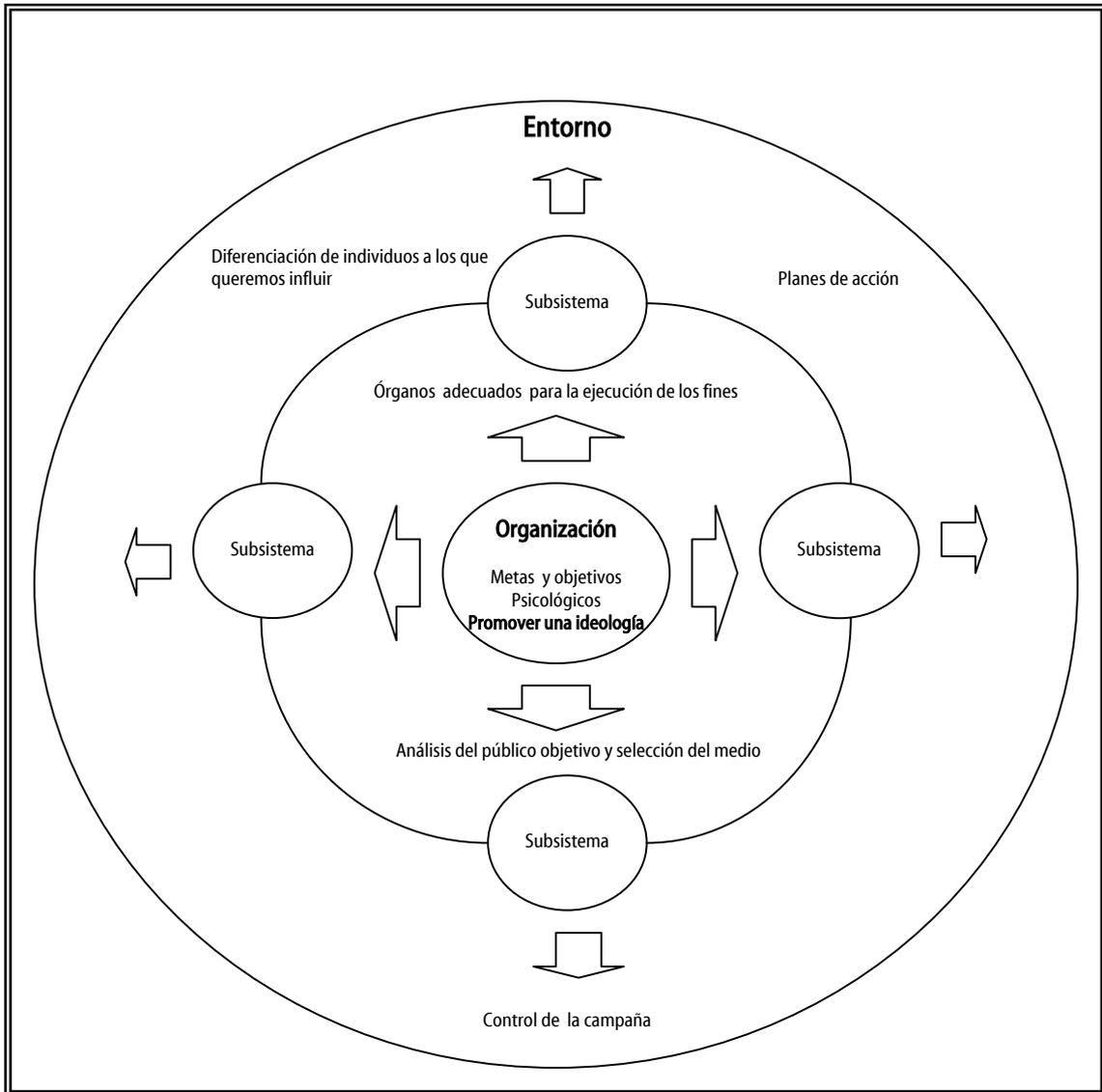
⁵⁰ Edmundo González Llaca. *Teoría y práctica de la propaganda*, Pág. 35.

Tchakhotine es más explícito y manifiesta, todo plan de campaña debe comprender:

- a) La diferenciación de los grupos de individuos a quienes pretendemos influir.
- b) La fijación de las metas psicológicas por alcanzar, en los elementos distintivos de cada grupo.
- c) La creación de órganos adecuados para ejecutar las acciones dirigidas hacia estos fines.
- d) La creación a su vez, por estos órganos, de formas de acción propagandística.
- e) La distribución de las actividades, en el espacio y en el tiempo.
- f) La coordinación de estas actividades, y
- g) El control de la campaña, especialmente en cuanto a la preparación de las acciones y su ejecución, y sus efectos.⁵¹

⁵¹ *Ibidem*, Pág. 175.

Campaña de propaganda⁵²

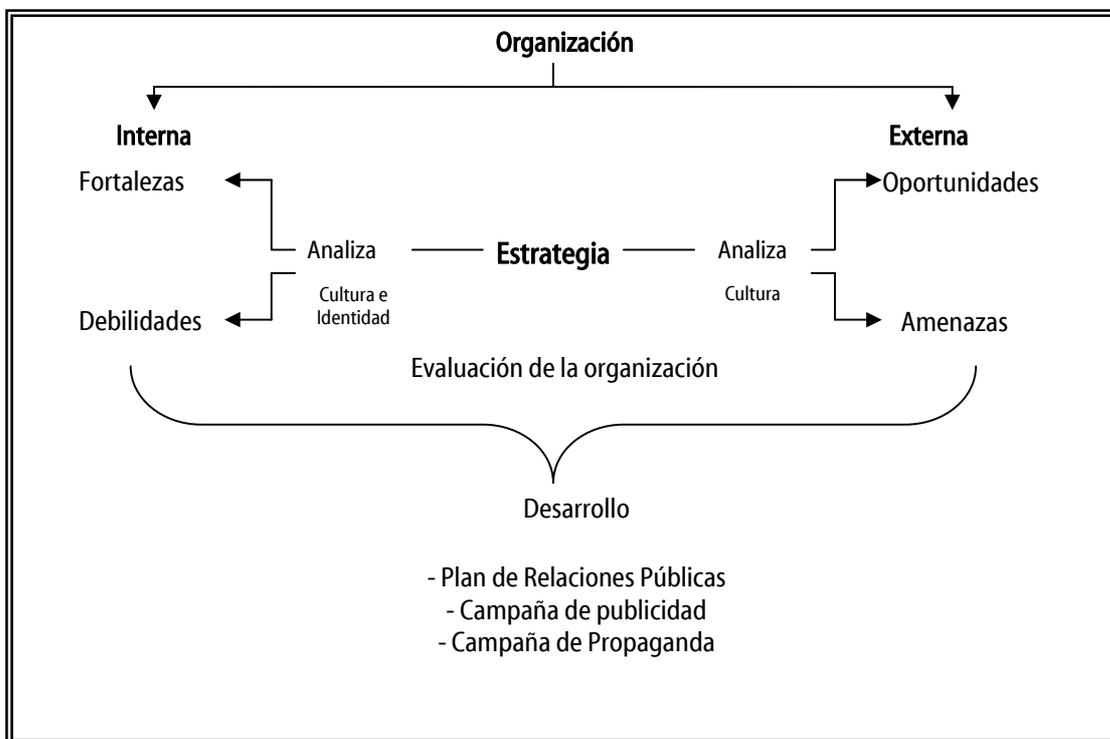


⁵² Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

La estrategia de comunicación se adapta a los recursos y habilidades de la organización; asimismo, identificar la cultura y la identidad para adaptarla al entorno actual, basado en un sistema de redes informáticas, aprovechando las fortalezas de la misma así como las oportunidades otorgadas por el ambiente en función de los objetivos, estando a la expectativa de las debilidades y amenazas.

Las disciplinas desarrolladas anteriormente son útiles para el diseño de estrategias, sin embargo, como se ha mencionado, la cultura forma parte esencial para el análisis y desarrollo de las estrategias. Por lo tanto, el contexto socio-poli-económico-cultural comprendido por los nuevos fenómenos sociales como lo es la globalización y las transformaciones tecnológicas, las organizaciones deben de prever estos cambios también en su sistema de funcionamiento para operar de manera óptima de acuerdo a sus finalidades.

Estrategias de comunicación⁵³



⁵³ Verónica Ugalde Guzmán, 2006.

1.6 Modelo de una Comunicación Dinámica Integral

Después de haber hecho un contexto histórico de las teorías para desarrollar los elementos de la comunicación organizacional para conceptualizarla y tener el conocimiento de la formación de un plan de comunicación, y como dentro de éste se incluyen las estrategias comunicativas a realizar para alcanzar las metas deseadas, este trabajo de investigación plantea un modelo de una comunicación dinámica en la cual desemboca en el cumplimiento de objetivos.

En la base del modelo se puede apreciar la estructura, esto es la forma orgánica de la organización; sus normas y reglas; la descripción de la misma; cuál es su función; hacia dónde se dirige. Dentro de la comunicación organizacional a esto se le llama misión y visión de la organización.

La *misión* es la descripción de la organización, menciona cuáles son sus actividades y destaca su identidad. La *visión* es donde se marcan los objetivos de la organización hacia donde se quiere llegar.

A los costados del diagrama se encuentran dos elementos clave, el ambiente y la participación de los individuos; aquí es la forma en la cual se desarrollan las redes comunicacionales a partir de los flujos de comunicación. En este punto es importante orientarlos a los objetivos de la organización. El estudio sociocultural nos ayudará a detectar las fortalezas y cuáles serían nuestras debilidades al entorno.

En el centro del modelo se encuentra el plan estratégico de comunicación organizacional como parte integral para el logro de objetivos. Éste plan deberá contemplar el resultado del análisis del ambiente y de los flujos de comunicación para desarrollar las estrategias comunicativas adecuadas.

Tomando en cuenta estos elementos se puede generar un modelo dinámico de comunicación integral en la organización.

Modelo de una comunicación dinámica integral⁵⁴



⁵⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

El modelo anterior es el resultado del estudio de la comunicación organizacional a lo largo de éste capítulo se desarrolló su origen, su composición y su función dentro de cualquier organización, incorporándose como dinámica integral para el cumplimiento de objetivos.

Como se ha planteado en este capítulo, es importante reconocer cuál es el contexto sociocultural en la cual nos encontramos situados y quién es responsable de las acciones a realizar y determinante de las fortalezas y debilidades de la organización. El siguiente capítulo dará un panorama explicando dónde se sitúan las organizaciones, dando un breve contenido histórico hasta llegar al uso de las Nuevas tecnologías de información y cómo las organizaciones las incorporan a sus actividades y funciones.

Se explicará cómo los flujos de información se ha adaptado a las redes informacionales de la Internet y cuál es el nuevo paradigma de las organizaciones estando sumergidas dentro de la era informática.

“La globalización está provocando un obsesivo afán de identidad, que va a provocar muchos enfrentamientos. Nuestras cabezas se mundializan, pero nuestros corazones se localizan”

José Antonio Marina

2. Un vistazo a la transformación Global

Considerando los elementos de la comunicación organizacional, el entorno y la cultura, se desarrollará en este capítulo un marco histórico conceptual, el cual nos permitirá ver la forma de cómo los flujos de información se han visto influenciados por las nuevas técnicas de comunicación, planteadas por las nuevas tecnologías de información, provenientes de la transformación global.

Asimismo, el contexto permitirá ver un panorama de cómo se reorganizan las corporaciones en la era digital y cómo los elementos de la globalización influyen en el desarrollo de las actividades dentro de las organizaciones, transformándolas culturalmente.

La globalización tiene diferentes definiciones, sin embargo, todas coinciden en una serie de procesos, marcando la apertura de los mercados y los receptores simbólicos nacionales así como la intensificación de intercambios culturales.

Si bien la globalización no es un fenómeno reciente, es producido a lo largo del devenir histórico. Desde tiempos inmemorables, el hombre siempre ha intercambiado conocimiento, cultura y productos para desarrollar su sociedad.

Las guerras y el intercambio cultural entre los hombres ha sucedido desde tiempos ancestrales, hasta llegar al modo de producción capitalista; entonces, podemos observar lo local transformado a lo global. Si nos ubicamos en Inglaterra 1770, la creación de la máquina de vapor, transformó los procesos en el ámbito organizativo, tecnológico y cultural, las cuales

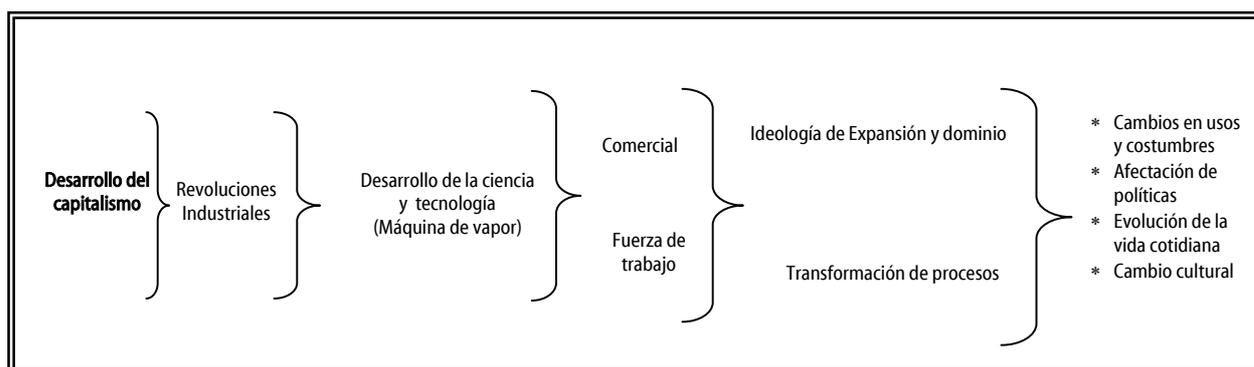
dieron origen a la industria moderna, logrando traspasar fronteras, provocando un cambio económico, político y social.

El trabajo artesanal se sustituyó por el mecánico, asimismo la producción autosuficiente o familiar cambia y se utiliza más obra ajena por la rentabilidad de la inversión. En cuestión tecnológica, se transforma la energía orgánica a una energía mineral; existe una mecanización de la producción de hilo y del algodón y la producción de hierro se hace con carbón.

Con del desarrollo de las máquinas, se trasforma el marco socio-cultural; se manejan primordialmente la producción industrial, modificando el sistema convirtiendo a la economía en la actividad más importante.

Existe una movilidad transnacional más fluida, por el intercambio mercantil generando una globalidad de la industria.

Desarrollo de la Globalización⁵²



⁵² Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

2.1 Globalización: Contexto de las organizaciones modernas

Está en boca de todos, lo escuchamos en la televisión, en la radio con los amigos, en las aulas de clase y hasta al pasar por la calle, pero su significado y su procedencia aún es controversial; por estas circunstancias, se tienen muchas ideas erróneas sobre este fenómeno: la globalización.

Pero si desde antaño se vienen manifestando procesos determinantes a este fenómeno ¿Por qué ahora se le llama globalización? ¿Qué implica? ¿Quiénes son los actores? Y ¿Qué es afectado por ella?

Este fenómeno ha sido llamado por muchos como aldea, sociedad o ciudad global, mundialización o simplemente globalización. Las opiniones son confrontadas, las instituciones formadas por ella como el Banco Mundial (BM), Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización Mundial de Comercio (OMC) lo señalan como un fenómeno benévolo para los países en desarrollo, a diferencia de algunos analistas, quienes lo señalan como un fenómeno desigual; otros, lo mencionan como una oportunidad en el ámbito de desarrollo de las tecnologías para dar un enfoque benéfico para los grupos menos favorecidos.

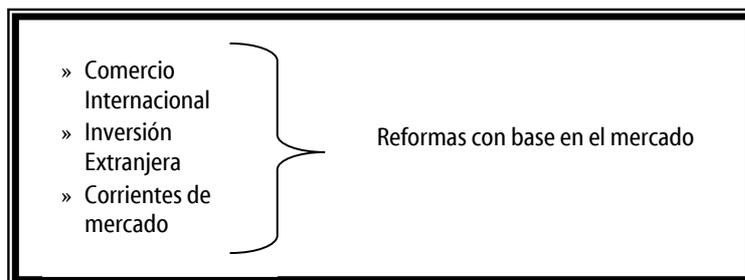
La globalización, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), es “la interdependencia económica creciente del conjunto de los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales al tiempo que la difusión acelerada y generada por la tecnología”.⁵³

⁵³ La globalización: ¿Amenaza u oportunidad? [en línea], Fondo Monetario Internacional, Dirección URL: <http://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>. 7/10/2007.

Para Banco Mundial, las bases de la globalización son:

Bases de la globalización

54



Este tipo de reformas pueden tener consecuencias diferentes “posibles beneficios por un lado y costos y riesgos por otro, las cuales requieren evaluaciones y respuestas normativas diferentes”⁵⁵

El Banco Mundial (BM) menciona la existencia de una desigualdad por la falta de apertura del comercio, se reduce la pobreza, gracias al aumento del ingreso per cápita, generando empleos y creando mayor bienestar en la población.

Quien apoya fielmente estas premisas, es la Organización Mundial del Comercio (OMC), para esta institución la globalización representa una apertura comercial, la cual genera un proceso político, económico y social, donde se transfronterizan las mercancías, extendiendo el libre comercio.

Estos conceptos sólo encierran la cuestión económica, dejando fuera los cambios y procesos culturales de la globalización. La apertura de fronteras al mercantilismo provoca intensos intercambios, por los cuales surgen las reorganizaciones sociales, desarrollando problemas económicos, políticos y culturales. Las instituciones financieras aseguran la teoría del abrir

⁵⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

⁵⁵ Banco mundial, <http://inweb18.worldbank.org/external/lac/lac.nsf/33340524>, 13:35 Hrs. 1/junio/06.

completamente el intercambio mercantil dará solución a los problemas económicos de los países subdesarrollados, sin embargo, el rezago de estos países puede ser preponderante, pues al contar con menos recursos tienen a quedar fuera de tal desarrollo o, peor aún, atrapados por las economías mayores, provocando un desequilibrio.

El tipo de capital entrante a los países tercermundistas, se le denomina golondrino, debido que se mueve donde ve mejor liquidez financiera y al retirarse, deja un vuelco en la economía, generando desempleo y falta de movilidad en el mercado versátil, lo cual se vuelve una amenaza para este tipo de naciones. Estas instituciones marcan los lineamientos de la globalización, lo cual quiere decir las finanzas dejan de ser parte esencial de la economía para volverse el eje en el cual giran los demás procesos provenientes de este fenómeno.

García Canclini identifica la globalización en la segunda mitad del siglo XX con el desarrollo de los procesos económicos, financieros, comunicacionales y migratorios; identifica la independencia entre la mayor parte de las sociedades, lo cual genera nuevos flujos y estructuras de interconexión.⁵⁶

Dentro de este proceso importa la velocidad en recorrer el mundo para difundir las actividades económicas y culturales, generadas por un sistema con muchos centros, sin importar las posiciones geográficas desde las cuales actúa.

Anteriormente, Ulrich Beck definió dos conceptos para precisar este fenómeno financiero; el globalismo al referirse al mercado mundial y la globalidad, integrado por la cultura aquello no integrado en la política del Estado, es el proceso en el cual los países soberanos se entremezclan mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, e identidades.

⁵⁶ <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/pdf/Garciacanclini.pdf> 1/junio/08 17:00 hrs.

Ulrich Beck da algunas características de la Globalización⁵⁷:

1. El ensanchamiento del campo geográfico y la creciente densidad del internacional. Así como el carácter global de la red de mercados financieros y del poder cada vez mayor de las multinacionales.
2. La revolución permanente en el terreno de la información y las tecnologías de la comunicación.
3. La exigencia universalmente aceptada de respetar los derechos humanos también considerada (de boquilla) como el principio de la democracia.
4. Las corrientes icónicas de las industrias globales de la cultura.
5. La política mundial posinternacional y policéntrica: junto a los gobiernos hay cada vez más actores transnacionales con cada vez mayor poder (multinacionales organizaciones no gubernamentales, Naciones Unidas).
6. Problema de la pobreza global.
7. El problema de los daños y atentados ecológicos globales.
8. El problema de los conflictos transculturales en un lugar concreto.

Ulrich ve ese proceso como una globalización económica, la cual permite a los empresarios reconquistar y disponer de los recursos creados por el capitalismo ya domesticado; los sitúa como pieza clave pues señala su movilidad a nivel mundial de forma económica y social, pues priva a la sociedad de sus recursos materiales, generando desempleo y desequilibrio en la economía y capital.

Con la serie de transformaciones, Giddens concluye: “la globalización afecta casi cualquier aspecto cotidiano, sin embargo esto ha ocurrido durante años, pues los cambios se ven impulsados por una serie de factores algunos estructurales otros más específicos e históricos, económicos...han sido moldeadas por la tecnología y la difusión cultural de liberalizar y desregular sus economías nacionales”⁵⁸

Al igual que Christopher May, describe las dos corrientes de pensamiento, los radicales y escépticos. Los primeros, como su nombre lo dice, muestran una oposición ante tal

⁵⁷ Ulrich Beck **¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización**, Págs. 29-30.

⁵⁸ Anthony Giddens. **Un mundo desbocado los efectos de la globalización en nuestras vidas**, Pág. 26.

fenómeno, señalan, la realidad de la globalización y sus consecuencias por todas partes. Los escépticos, con una opinión indiferente, acentúan a la globalización como mera palabrería.

Con estas premisas, García Canclini define la globalización como una serie de transformaciones espaciotemporales, afectando los modos y estilos de vida concretos de las personas, producto de los cambios de escala y de la aceleración en especial aquellos debidos a las innovaciones tecnológicas y a los crecientes niveles de competitividad de la vida urbana. Así se reconfiguran los sistemas de percepción y representación del tiempo y el espacio el cual lo constituye ⁵⁹

Apuntando a la misma dirección, Octavio Ianni afirma el desarrollo de la globalización a partir del incremento del capital; esta movilidad de las finanzas traspasa fronteras, modifica la división y la fuerza de trabajo, así como las fuerzas productivas. Mediante este proceso globalizado, se intuye nuevas posibilidades en cuestión del tiempo y espacio.

Con la apertura de las fronteras, las acciones y relaciones sociales, se inclinan por el ámbito comercial, ya que ofrece un vasto y complejo espacio de intercambios por los cuales se adquiere características de muchos lugares, marcas de otros pueblos diferentes culturas, distintas formas de ser pueden concentrarse y convivir en el mismo lugar, como síntesis de todo el mundo.

Hasta aquí hemos analizado este fenómeno sólo en la afectación económica, sin embargo, basados en la teoría de Marshall Mc. Luhan, al incrementar el capital, evolucionan las sociedades. También existe un avance tecnológico, el hombre siempre construirá artefactos, facilitando el trabajo en tiempo, esfuerzo y dinero.

La inventiva del hombre ha sido una constante en el devenir histórico por lo cual la tecnología siempre ha estado presente para facilitar las tareas y precisar la técnica

⁵⁹ <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>. 27/06/2006

desarrollada por la mente humana; como Mc Luhan lo menciona, las tecnologías son las extensiones de los sentidos humanos. En esta etapa de la evolución humana había una excepción.

La aldea global sugiere que finalmente, como se formó la comunidad mundial, concreta en las realizaciones y las posibilidades de comunicación, información y fabulación abiertas por la electrónica. Sugiere que están en curso la armonización y la homogeneización progresivas. Se basa en la convicción de la organización, el funcionamiento y el cambio de la vida social, en el sentido amplio, que comprende evidentemente la globalización, está ocasionando por la técnica y en este caso, por la electrónica. En poco tiempo las provincias naciones y regiones, así como las culturas y civilizaciones son perneadas y articuladas por los sistemas de información, comunicación y fabulación agitados por la electrónica.⁶⁰

La pieza clave de este fenómeno social es la electrónica; su creación facilitó la transfronterización conjuntado con los medios de comunicación, aportando de una nueva dinámica para informar lo cual marcó gran importancia en la cultura.

Ianni sugiere a una aldea global, la cual emplea la electrónica para el intercambio cultural, político y social. Los medios de comunicación toman mayor importancia como herramienta del proceso, debido a la reducción de las distancias, obliteran las barreras, ecualizan los puntos de los territorios armonizan los momentos de la velocidad, modifican los tiempos de la duración, disuelve los espacios y el tiempo.

La informática y las telecomunicaciones generan nuevas posibilidades, transformando las dinámicas de información, haciéndolas más rápidas, instantáneas y globales, causando una producción y reproducción cultural, económica y política.

Por medio de la electrónica, se invaden las actitudes y relaciones de todo el mundo; con esto se modernizan los procesos; no los temperamentos; los modos de actuar y no los de pensar;

⁶⁰ Octavio Ianni, **Teorías de la Globalización**, Pág. 5.

las formas de imaginar y no las de sentir; sin embargo, las fuerzas financieras han transformando la información en mercancía, creando un consumo de ideas y entretenimiento. Marshall Mc. Luhan lo afirma como “la invasión de culturas con paquetes informaciones, entretenimientos e ideas, ante la instantaneidad de los nuevos medios de imagen y sonido, hasta el periódico es lento”⁶¹.

La creciente agitación de las comunicaciones, por medio de las tecnologías atraviesa fronteras regimenes políticos; mercados y monedas; lenguas y dialectos regionales y sectas; soberanías y hegemonías; culturas y civilizaciones, provocando un intercambio de ideas y de imágenes.

Con el análisis podemos determinar a las herramientas de la globalización, las cuales son: los **mercados mundiales**, quienes aportan el capital para el **desarrollo tecnológico** y los **medios de comunicación**, ambos conceptos engloban la transformación de procesos.

⁶¹ Marshall Mc.Luhan **A imagen o son e a furia** en Bernard Rosenberg y David Manning White (compiladores) cultura de masa Sao Paulo Pp. 564-565 en Octavio Ianni op. cit.

Triada de la Globalización⁶²



Esta triada de la globalización es la pauta para las transformaciones culturales; la globalización se conforma por el incremento de los mercados mundiales; este sistema se basa a partir de la liquidez financiera y con ella se pueden desarrollar nuevas tecnologías de las cuales se apoyan en la comunicación para dar mayor difusión del mensaje de las instituciones; detrás de la globalización, se han desarrollado tecnología de punta denominada Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) .

La comunicación es inherente en el ser humano, sin ella podríamos afirmar la inexistencia de la sociedad siempre han estado presente en una primera etapa de forma oral después gracias a la imprenta y por último por medio de la electrónica. En todas ellas ha trastocado fronteras, influyendo en las sociedades, desarrollando una dominación ideológica a favor de quienes manejan dichos medios.

⁶² Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

Octavio Ianni, señala las características de la globalización ⁶³

1. Algunos estudios de estas tendencias recientes vinculan el crecimiento de las ciudades mundiales a la importancia de la nueva tecnología de la información.
2. Otros fundamentan el papel de la ciudad mundial como centro financiero.
3. Al desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Comunicación y finanzas se unen las líneas de clase género y raza en los mercados urbanos de trabajo entre los profesionales bien pagados y entrenados de sexo.

El fenómeno de las nuevas tecnologías y la globalización ya se venía llegar; Marshall McLuhan en **La aldea global**, hizo mención de la nueva interdependencia electrónica, lo cual recrea el mundo de la imagen de una aldea global; también hace una reflexión de lo manual a lo automático como las máquinas funcionaban dándoles cuerda; tenían asesoría por parte de los humanos manualmente. Con el adelanto de la tecnología, estas máquinas han evolucionado y se han vuelto automáticas para beneficio del hombre, con la finalidad de ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo.

Algunos autores han aportado su visión de este fenómeno, desde sus obras literarias, donde muestran una gran capacidad de análisis y prospectiva de los hechos sociales de sus tiempos transformados a futuro. Tal es el caso de George Orwell en **1984** y Aldous Huxley en un **Mundo Feliz**; ambos desarrollan sus historias en contextos similares a los actuales. Los autores manejan la dominación del poder económico, el desarrollo de las tecnologías y sistemas de vida donde se crean nuevas culturas.

Si bien la globalización es un proceso, el cual se ha venido desarrollado desde el inicio de las civilizaciones por la necesidad de dominio y mejor sobrevivencia, el desarrollo del capitalismo da la pauta para acelerar este fenómeno, el cual influye en el comportamiento social a través del cambio de conductas, en tanto en lo económico, cultural y político de forma local y con el

⁶³ Octavio Ianni **La Era del Globalismo**, Pág. 50.

respaldo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), alcanzando la globalidad.

Los factores de la globalización, por tanto, han propiciado a la sociedad a reorganizarse por lo cual todas las organizaciones conformadas por ella se han transformado para su supervivencia y ésta es la innovación de organización moderna.

2.2 La innovación de las organizaciones modernas

La industrialización impulso la renovación de las organizaciones transformándolas en modernas por el uso de las máquinas para facilitar y hacer eficiente el trabajo con base en el desarrollo de procesos muy específicos, los cuales daban tiempo y ahorro de capital humano como de insumos.

Las organizaciones tienden a adaptarse al nuevo entorno, pues, de lo contrario su destino sería su quiebra, necesitan de la evolución para la sobrevivencia. El entorno de las organizaciones modernas es la globalización donde los aspectos a considerar son: los mercados financieros, la fusión de las nuevas tecnologías de información y los medios de comunicación, los cuales utilizados de la manera correcta darán efectividad y la eficiencia a los flujos de comunicación.

La filosofía de las organizaciones modernas se orienta a legitimar sus objetivos para justificar las actividades e impulsar su desarrollo, debido a que se ven obligadas a ser más competitivas.

Los elementos característicos de las organizaciones modernas son cinco, bien se ha dicho la sociedad se ha transformado estructuralmente apoyada en las nuevas tecnologías y en un entorno voluble al cambio financiero por lo cual las organizaciones ponen mayor atención a lo siguiente:

- Al entorno económico y cultural.
- Desarrollan una mayor legitimidad de sus acciones.
- Crean flujos más abiertos para mantener una mayor información.
- Integran el uso de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.
- Diseñan planes estratégicos para el cumplimiento de objetivos.

Un ejemplo claro de lo anterior es el caso de Grupo Industrial Bimbo que ha desarrollado planes estratégicos a corto y largo plazo. Tienen como meta a mediano plazo, ser la mayor emisora de panificación en 2010; hasta el momento se encuentra en segundo lugar, habiendo desbancado a la empresa Japonesa Yamazaki Baking y por debajo de Kraft Foods Inc. Corporativo Estadounidense. Sin embargo, el análisis financiero mundial, proporcionado por su propia dirección de finanzas a cargo de Guillermo Quiróz, han previsto la compra de empresas en América Latina, Estados Unidos y China para lograr colocarse como la productora número uno de pan industrializado en el planeta, desbancando a la líder mundial, Kraft Foods Inc. conocida por sus galletas Oreo.

Además, Bimbo ha logrado legitimar sus acciones a través campañas de responsabilidad social y del desarrollo de sus integrantes, esto le ayuda a mantener un clima de lealtad por parte de sus miembros y de credibilidad por parte de sus consumidores, denominado por ellos como compromisos con la sociedad. Un ejemplo, es su campaña ambiental que lanzaron el empaque degradable 100% al fabricarlos con polietileno para ser más amigable al ambiente logrando así identificar a sus públicos con sus acciones.

Un ejemplo de la integración de las nuevas tecnologías a la actividad de la organización y la importancia de mantener los flujos de comunicación abiertos para lograr un intercambio de información ágil para una mayor colaboración por parte de sus grupos de trabajo es IBM que lanzó un software llamado Lotus Connections, proporcionando la colaboración de comunidades empresariales, "facilitando la identificación de expertos al interior de la organización para reunir equipos alrededor de un punto de interés y acceder a información

previamente calificada por otros, mediante la integración de componentes como los blogs y los bookmarking”⁶⁴.

Los anteriores ejemplos son un prototipo para las empresas, sin embargo, por el cambio volátil de los mercados financieros y la rápida evolución tecnológica, las organizaciones tienen a sufrir percances por la falta de atención de alguno de ellos. Desde una perspectiva organizacional, se podría detectar dónde se encuentran las debilidades y desarrollar estrategias o encaminar las metas de la organización a estrategias comunicativas para tener mayor efectividad.

Los estándares de calidad son parte fundamental de las organizaciones modernas, por lo cual las impulsan a innovar sus métodos para su cumplimiento y uno de ellos es la incorporación de la tecnología a su quehacer diario.

Las nuevas tecnologías de información forman parte fundamental de la globalización, gracias a ellas, en cuestión de segundos la información recorre grandes distancias, llegando a un mayor número de personas en todo el mundo, provocando una era informática, donde la herramienta principal es la electrónica e introduce a la sociedad al conocimiento. Este acceso a la información por medio de las tecnologías, cambia el estilo de vida de los individuos, generando una nueva cultura orientada a las redes.

La incorporación de las nuevas tecnologías a la sociedad es parte central de esta investigación, por lo cual se desarrollará una breve historia acerca de las TIC para dimensionar sus usos y aplicaciones al contexto de las organizaciones modernas.

⁶⁴ Norberto Gaona, **La Nueva Formula**, Infomation Week México, Núm. 170, México, Netmedia publishing, septiembre 20 2007, Pág. 13.

2.3 Desarrollo de las Tecnologías de Información y comunicación (TIC)

La tecnología tuvo tres grandes impactos llamados por la historia como Revoluciones u Olas tecnológicas, las cuales produjeron conocimiento acumulado para la creación de nueva tecnología. No se abordarán detalladamente las primeras dos, me enfocaré en la tercera, la cual da pauta a la era informática.

Como se había mencionado, la creación de la máquina de vapor en 1770 por James Watt en Gran Bretaña, durante la Primera Revolución Industrial, fue el comienzo del desarrollo tecnológico capitalizado; sucesivamente, fueron apareciendo nuevas creaciones como la hiladora y el proceso de metalurgia, lo cual provocó la automatización de las labores.

La Segunda Revolución Industrial se encargó de transformar la energía en electricidad, utilizándola para crear el telégrafo y el teléfono, estableciendo las primeras redes de comunicación; la utilización de los nuevos inventos redujo costos modificó el sistema de producción.

Se sustituyó el vapor por el petróleo, provocando el desarrollo del automóvil; se crearon nuevas técnicas con los materiales recientemente descubiertos. El cobre se utilizó como conductor eléctrico, el acero se hizo más duro, elástico y moldeable; el aluminio desarrolló conducción y menos oxidación y por último el plomo pudo conducir el agua.

La Segunda Revolución Industrial trajo consigo innovación en la medicina, se consiguió conocer, las causas de enfermedades infecciosas, por lo cual hubo mejoramiento en las medicinas sanitarias. Se impulsó la química, la electroquímica, electrometalurgia, la petroquímica; con ello, las fibras ópticas artificiales como el nylon, rayón y el caucho.

La Tercera Revolución Industrial fue la decisiva para dar comienzo a la nueva Era de la Información; dentro de ella se transformaron las materias primas como lo es la fibra óptica, la fibra de vidrio, el aluminio, el acero y el mercurio, creando nuevas formas de aplicación en las

telecomunicaciones y las redes, las cuales son parte fundamental de la sociedad red en la cual estamos inmersos.

Durante la Tercera Revolución Industrial, la ciencia innovadora de la tecnología fue la microelectrónica, como lo menciona Castells en la *Era de la Información*, se creó *“Una Revolución dentro de la Revolución”*, sin embargo, la unión de la electrónica, la informática y las telecomunicaciones, formaron el instrumento base para la transformación de la sociedad.

El comienzo de la microelectrónica se concentró en Silicon Valley en los setenta, con la aparición del microprocesador en 1971, éste tuvo la capacidad de procesar la información en cualquier lugar, sin embargo, para su realización se necesitó de la integración de los *transistores* creados en 1947 en los laboratorios Bell, así como del *circuito integrado* coinventado por Jack Kilby y Bob Noyce en 1957.

Los Chips, como comúnmente los llamamos, hicieron posible procesar los impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario para facilitar el código, teniendo así una fácil comunicación con las máquinas y entre las máquinas mismas. Estos dispositivos se encuentran formados por millones de transistores; en los últimos quince años, su evolución ha producido un aumento en la potencia de la microinformática.

Es hasta 1975, con la creación del microordenador (computadora) y en 1977 con el lanzamiento del primer producto comercial por Apple II, cuando el desarrollo de la informática y las telecomunicaciones, marcan la pauta para acelerar la evolución de la electrónica.

El Macintosh de Apple, lanzado en 1984 fue el primer paso hacia una informática fácil para el usuario, con la introducción de la tecnología de la interfaz de usuario basada en el icono, desarrollada originalmente en el Centro de Investigación de Palo Alto de la Xerox.⁶⁵

⁶⁵ Manuel Castells, *Era de la Información*, Págs. 70-71.

En este periodo, Microsoft comenzó a producir sistemas operativos para las computadoras creando un nuevo Software, elaborado por Bill Gates y Paul Allen; fue así el desarrollo de la tecnología, permitiendo la transformación de más y novedosas computadoras. Con los ordenadores personales progresan también las técnicas de la imagen.

Cronología de eventos clave para desarrollo de las TIC⁶⁶

Año	Autor	Invento	Lugar
1940	***	Primer ordenador programable	Segunda Guerra Mundial
1947	Barden, Bratttan Shockley	Chip: dispositivo de procesamiento semiconductor Transistor: procesa los impulsos eléctricos a un ritmo más rápido en un modo binario de interrupción	Laboratorios Bell
1959	Fairchild Semiconductors	Proceso Planar: permitió la integración de componentes miniaturizados con una fabricación de precisión	Fairchild Semiconductors
1957	Jack Kilby Bob Noyce	Circuito Integrado	***
1971	Intel Ted Hoff	Microprocesador; un ordenador en un chip, el poder de procesar la información podía instalarse en todas partes	Silicon Valley
1946	***	Ordenador	Filadelfia
1951	***	UNIVAC-1 comercializada	Remington -Rand
1976	Bill Gates Paul allen	Software	EEUU
1982	IBM	PC	EEUU
1984	Apple	Macintosh: informática fácil basado en el icono	EEUU
1969	Laboratorios Bell	Conmutador electrónico	***
1977	Nortern Telecom de Canada	Conmutador digital	Canadá
1990	***	Redes digitales de Servicio integrados de banda ancha mediante la optoelectrónica transporta mil billones de bits	***

***No se tiene el dato

⁶⁶ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

La primera Revolución de la Tecnología de la Información se concentró en los Estados Unidos y en buena medida en California, en la década de 1970 atendiendo a los avances de las dos décadas previas y bajo la influencia de diversos factores institucionales, económicos y culturales. Pero no surgió de ninguna necesidad preestablecida: su inducción fue tecnológica, en lugar de ser determinada por la sociedad. Sin embargo una vez que cobró existencia como sistema, en virtud del agrupamiento de sus desarrollos y aplicaciones y en definitiva su contenido resultaron moldeados de forma decisiva por el contexto histórico en el que se expandió. En efecto, en la década de 1980, el capitalismo (en concreto, las principales empresas y los gobiernos del club de los países del G-7) ya habían emprendido un proceso sustancial de reestructuración económica y organizativa, en el que la nueva tecnología de la información desempeña un papel fundamental que la conformó decisivamente.⁶⁷

La integración de la electrónica con las telecomunicaciones y su difusión fuera de ambientes de investigación “han provocado el crecimiento de los nuevos media, con su impacto y su importancia en el contexto social”⁶⁸, lo cual provoca otra utilidad al no sólo transmitir noticias e información de forma más rápida.

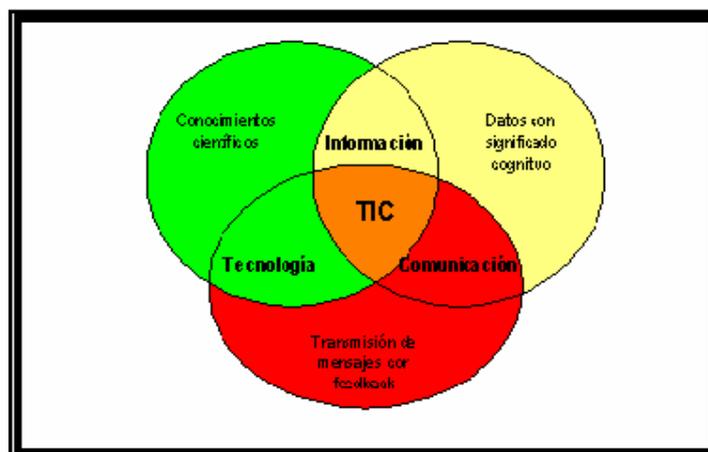
Las Tecnologías de Información y Comunicación, denominadas de esta forma a raíz de la unión de la electrónica con los medios masivos de comunicación, la radio, la televisión y el teléfono; fusionadas, conforman una mejor dinámica en la interacción con el mensaje pues se conjunta, imagen, sonido y audio, desarrollando un mundo digital.

La unión de estas ciencias forman el siguiente concepto, las Tecnologías de Información y Comunicación son el conjunto de avances tecnológicos; creados por la información, generan una transmisión de mensajes con la posibilidad de un feedback, originando información ilimitada y con una dinámica audio-visual actualmente con la posibilidad de aplicar elementos de la realidad virtual para hacer más tangible la comunicación.

⁶⁷ Manuel Castells, **Sociedad Red**, Pág. 78.

⁶⁸ Gianfranco Bettetini, **Las nuevas tecnologías de comunicación**, Pág. 22.

Formación de las Tecnología de Información y comunicación⁶⁹



La unión de la electrónica y las telecomunicaciones crean una dimensión comunicativa casi ilimitada por lo cual captan la atención de intereses, económicos, políticos y sociales, pues son capaces de enviar cuantiosa cantidad de información a millones de personas; los datos transmitidos no tienen restricciones y pueden ser utilizados por cualquier sector o persona sin dejar de lado la distancia y el tiempo, ya que son capaces de llegar a cualquier parte del globo en un instante.

Las TIC han permitido el equipamiento de los mensajes en cuestión de imagen, sonido e interactividad, produciendo una transformación en su empleo y, desde luego, en la actualidad humana, produciendo un cambio cultural, económico y político.

La tecnología más poderosa, sin duda, es la red e redes, el Internet, desarrollada por el departamento de Defensa estadounidense, con ayuda de Advanced Research Projec Agency (ARPA), su "potencia informática en una red electrónica, cambió de forma decisiva la era del ordenador en la década de 1990 de un almacenamiento y procesamiento de datos centralizado a la utilización compartida de la potencia del ordenador interactivo en red. No

⁶⁹ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

sólo cambio todo el sistema tecnológico sino también sus interacciones sociales y organizativas".⁷⁰

2.3.1 La herramienta del siglo: Internet

El Internet es el *Boom* de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, gracias a él es como se desarrolla esta nueva era de la información; esta construcción de redes y nodos marca la pauta para el desarrollo de una nueva cultura social.

Técnicamente, el Internet es un conjunto de redes de computadora interconectadas en el mundo entero, teniendo en común un conjunto de protocolos y servicios, con los cuales los usuarios conectados a ella pueden utilizar, los diferentes servicios de información y comunicación a nivel mundial.

La historia de Internet comienza en 1957, cuando la Ex Unión Soviética envió un satélite llamado Sputnik; el adelanto tecnológico conseguido ahora por los rusos causó temor a los norteamericanos. Sus enemigos de la Guerra Fría habían conseguido entrar primero al terreno espacial, alertando al Pentágono. La RAND Corporation, centro estratégico durante la guerra fría, ideó un centro operativo de información, maniobrado de forma no centralizada, esto es no había ningún eje informático para evitar un asalto a los datos almacenados. Con esto, surge la Advanced Research Projec Agency, agencia para proyectos de investigación avanzada.

En 1969, la agencia de proyectos en investigación avanzada de la defensa Advanced Research Projec Agency (ARPA) conectó cuatro computadoras: el Instituto de Investigaciones de Stanford, la Universidad de California de Los Ángeles, la Universidad de Santa Bárbara y la Universidad de UTHA, con el costo de un millón de dólares. El ARPA llamó a la red de enlace de estos sitios como ARPANET.

⁷⁰ Manuel Castells, *op. cit.*, Pág. 71.

ARPANET fue creciendo poco a poco, dos años más tarde de su creación tenía 15 nodos y en 1972 ya eran 37; así fue expandiéndose gracias a la integración de universidades y de centros de investigación.

Al inicio de los ochentas, el ARPA inició la integración de las computadoras de los otros centros de investigación a ARPANET; en esa misma época fue hecha en la Universidad de California Berkeley, la implantación de los protocolos TCP/IP en el sistema operativo UNIX, haciendo posible la entrada de más universidades a ARPANET.

Así nació el TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol), gracias al cual ordenadores heterogéneos son capaces de comunicarse y transmitir información a través del ciberespacio. A partir de ese momento, los ordenadores conectados a la red pasaron a identificarse por medio de su dirección IP, compuesta por series de cuatro números entre el 0 y el 255, separadas por puntos.⁷¹

Con el paso del tiempo y el incremento de ordenadores conectados, se decidió establecer un sistema de nombres de dominio (DNS, Domain Name Service), lo cual facilita recordar el nombre, pues la serie de números es más difícil memorizarla; es importante mencionar, el dominio no sustituye al IP sino traduce el código numérico a uno alfabético.

Los dominios pueden ser geográficos o institucionales, estos se les llama subdominios; el común es el **.com**, sin embargo existen más dominios.

⁷¹Xabier Meilan, **Comunicarse en Internet**, Pág. 2.

Dominios Organizativos y Geográficos

Dominios organizativos	Significado
Com	Comercial (empresas)
Edu	Educativos (académicos)
Gov	Gubernamentales
Mil	Militares
Net	Network (proveedor de servicios de Internet)
Org	Organizaciones no gubernamentales

Dominios geográficos	País
au	Austria
ca	Canadá
ch	Suiza
de	Alemania
es	España
fr	Francia
uk	Reino Unido
mx	México
ar	Argentina

En 1990, el backbone ARPANET fue desconectado y remplazado por el backbone DRI (Defense Research Internet); en 1991 y 1992 la ANS desarrolló un nuevo backbone conocido como ANSNET; hasta 1993 dejó de ser una institución académica para convertirse en comercial.

En la conferencia que lleva el título *Internet y la sociedad red no es simplemente tecnología*, Castells habló acerca del origen de Internet que no fue hecho con una finalidad comercial, (en un comienzo ni AT&T le veía futuro) y tampoco tuvo financiamiento militar.

Los creadores fueron científicos y técnicos que compartieron y desarrollaron tecnología en cooperación.

La tecnología clave de Internet, la conmutación de paquetes, el packet switching, la inventaron en paralelo y sin establecer comunicación alguna durante mucho tiempo, Paul Baran, en Rand Corporation, en California y Donald Davies, en el National Physics Laboratory, de Gran Bretaña. La tecnología clave se desarrolla en paralelo entre Europa y Estados Unidos. El desarrollo de los protocolos TCP/IP se hace por Vinton Cerf en Estados Unidos, colaborando estrechamente con Gerard Lelan, del grupo francés Cyclades.⁷²

Todos los ingenieros involucrados nunca se imaginaron el alcance de su creación ni la forma de expandirse tan rápido y formar una red de comunicación donde se concentra miles y miles de datos de información, desarrollando así una sociedad donde se construyen comunidades, roles e identidades dentro del ciberespacio.

En México, el desarrollo de Internet fue cuando dos de las principales instituciones educativas se afiliaron a esta gran red de información: el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores México (ITESM) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

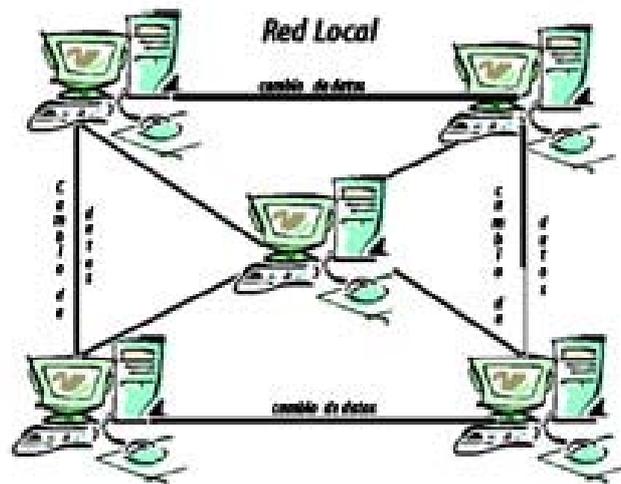
Hoy Internet se encuentra integrada a nuestra vida, como se explicaba, los nodos se han multiplicado por todo el globo formando redes de comunicación travesando todo el mundo llegando a casi toda comunidad.

Técnicamente se puede definir Internet de la siguiente forma: es una red formada por la interconexión cooperativa de redes de ordenadores. Dicho de otra manera, Internet es una red de redes. De hecho el término Internet procede de las palabras inglesas interconexión y network, esto es interconexión y red. Esto viene a significar que Internet son miles de redes interconectadas. Estas redes están formadas por diferentes tipos de ordenadores y de diferentes tecnologías, pero todas funcionan juntas gracias a la existencia de un único procedimiento de comunicación; gracias a la existencia del protocolo TCP/IP.⁷³

⁷² www.uoc.es. 15/12/2006 14:16 hrs.

⁷³ José A. Carballar. **Internet Libro del navegante**, Pág. 5.

Visión de Internet ⁷⁴



La anterior imagen es un prototipo imaginario de como se ve la red global de computadoras conectadas y a su vez cómo llegan a formar una red local, así mismo se puede observar el límite geográfico del mismo.

⁷⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

2.3.2 Elementos del Internet

Internet está conformado por una serie de servicios e información. Los servicios ofrecen facilitar los envíos de información de una forma más rápida, asimismo como de abrir las puertas al acceso de la gran biblioteca informática como la denominan muchos.⁷⁵ A continuación se explicará brevemente los servicios de esta potente herramienta, que ha de ser de nuestra cotidianidad utilizarlos.

@ *Correo electrónico o e-mail*

Permite el intercambio de mensajes entre usuarios en forma personalizada. Además, puede transferir hojas electrónicas, documentos, imágenes, archivos, etc., tan sólo unos minutos, sin importar la distancia, así se encuentre el destinatario en la India o Brasil.

Las ventajas del mail es el bajo costo además de efectiva. Siempre buscará la red para llegar a su destino. El mensaje puede tener un plus, se pueden integrar imágenes, sonido y video; hasta ahora no hay un medio de comunicación tan completo, a pesar del videotelefono que suele tener un alto costo por lo cual no es factible ser usado por la mayoría de los destinatarios, haciendo más rentable el uso del mail.

El servicio de correo electrónico funciona por medio de dirección conocida como e-mail address, cuyo formato es:

Usuario@host

Este representa un identificador de una casilla de correos para recibir mensajes y host representa el dominio del equipo, donde se puede localizar esa casilla de correos

⁷⁵ Flores Olea Víctor. **Internet y la revolución cibernética**, Pág. 16.

@ Gopher

Permite consultar bancos de información a través de sencillos menús de opciones. Una de sus cualidades es la búsqueda de información automática en todo Internet, así como de la transferencia de dichos documentos y programas a su terminal, pero con la aparición de la Word Wide Web, este servicio está por desaparecer, sin embargo, hemos de destacar su aparición pues fue una de las herramientas de inicio para facilitar la búsqueda de información a través de la Web.

@ Netscape

Avanzado sistema de multimedia, que ofrece imágenes, texto y sonido de cualquier punto de Internet a su computadora. Es una valiosa herramienta para explorar en cualquier base de datos de Internet.

@Foros de discusión (UseNET)

UseNET cuenta con 7,000 títulos diferentes en los temas más variados y la posibilidad de entablar comunicación con personas con fines comunes; la dinámica es la siguiente, el usuario o internauta⁷⁶ entra algún foro de discusión de su interés plantea una pregunta registrando su correo electrónico. Para dar respuesta, tiempo después vuelve a consultar la página Web para a leer cuáles han sido las respuestas hechas por otros usuarios; estos foros pueden ser abiertos o cerrados, dependiendo del administrador de información.

@ FTP (File Transfer Protocol) Servicio de Transferencia de Archivos

Valiosa herramienta para desplazar archivos de un lugar a otro, con ésta se facilita la transferencia de archivos de un usuario a otras computadoras conectadas a la red, sin embargo, este envío de información es limitada por los servidores de FTP local y del servidor.

⁷⁶ Denominaremos internauta a personas, las cuales naveguen en Internet.

@ TELNET

Se utiliza para establecer sesiones de trabajo en cualquier computadora conectada a Internet y para tener acceso a muchos servicios públicos, incluyendo catálogos de bibliotecas y otros tipos de bases de datos.

@ INTRANET

La Intranet utiliza la tecnología de Internet para formar una red de computadoras privadas para un grupo definido dentro de una organización; su funcionamiento es utilizado para transmitir información de manera local.

@ IRC Internet Relay Chat

Permite tener una conversación con más de una persona al mismo tiempo, pues funciona como un e-mail en tiempo real semejante a una conversación telefónica. En un principio, sólo se podía entablar un diálogo a través de teclear el discurso, ahora es posible mantener una conversación con audio y video a través de las webcams, pequeñas cámaras instaladas en las PC las cuales también se encuentran conectadas a la red mejorando la opción de una llamada telefónica, por su bajo costo y la opción de envíos multimedia. Funciona como medio para tener conferencias a través de Internet.

Básicamente existen tres tipos de chats: los IRC (que necesitan un software especial para permitir la conexión), los integrados en el navegador (HTML o Java) y las videoconferencias (que precisan de programas como el NetMeeting para poderse ejecutar). Las redes de chats IRC (Internet Relay Chat) son las más difundidas gracias a su facilidad de acceso y rapidez.⁷⁷

⁷⁷ Xabier Meilan, *op. cit.*, Pág. 11.

@ World Wide Web

Una premisa a destacar para darnos una idea del desarrollo de las TIC es en si la revolución dentro del Internet; hace 16 años el Internet no se veía como ahora con videos, música e imágenes, no se había implementado la herramienta que hiciera posible en nuestros tiempos la *World Wide Web*.

La *Web*, culpable ahora de la comunicación a nivel mundial, se origina desde 1989 por Berners-Lee, quien tenía la idea de aprovechar Internet a partir de la publicación de información y, a su vez, de actualizar dichos documentos de hipertexto. Hasta 1991, creó la *Web* denominada como: *World Wide Web*, así como el primer servidor del mundo, el `nxoc01.cern.ch`. Para un primer uso propio del mundo real de este nuevo medio, se colocó el directorio telefónico del CERN en el nuevo servidor para facilitar su acceso⁷⁸.

A la *World Wide Web* se le conoce de diversas formas: *Web*, *WWW* o *3w*; para poder entenderla, será necesario explicar el hipertexto (*HTML*), éste muestra la información y dentro de él existen ligas o links (hipervínculos) a otros bancos de datos. En el mundo del hipertexto se usa el término de hipermedia para hacer referencia a documentos, los cuales manejan una diversidad de información: texto, imágenes, videos, sonido, etc.

La *Web* es un sistema cliente/servidor. Para utilizar este servicio, es necesario contar con un software denominado *browser*, que actúa como ventana a la *Web*. El servidor consiste en una serie de documentos llamados páginas, presentando ligas a otras páginas o servidores, a éstas se les denomina, "homepages" o páginas de inicio.

La efectividad de la *WWW* fue su diseño sencillo en *URL* y después transformado en *HTML*, sustituyendo los complicados lenguajes de programación, conocidos sólo por los usuarios de esos tiempos.

⁷⁸ George Jones, *Ya es una quinceañera, InformationWeek Mexico Business, Innovation powered by technology*, Pág. 17.

Después se desarrollaron nuevos navegantes que tenían texto e imagen el más popular fue el viola WWW de Pei-Yuan Weiu, con ello, incrementó su popularidad, pues su fácil acceso daba pauta para subir información con lo cual se diversificaron los temas.

A partir de la aparición de esta herramienta, en 1993, se lanzó el primer anuncio Web con clicks, por global Net Navigator; con esto, las cadenas de noticias más grandes no tardaron en subir su información unas de las pioneras fueron. CCN y ESPN, sin embargo, no fue hasta un año más tarde, cuando Fed Ex, una compañía de mensajería, subió a Internet el rastreo de paquetes; fue, entonces cuando el sector empresarial, comprendió la dimensión proporcionada por ella. Hoy toda empresa visionaria tiene sitio dentro de la red o de alguna forma un rastro dentro de ella.

@ Internet 2.0

La Internet 2.0 es una red académica dedicada a la investigación y la educación, conformada por una comunidad científica de programadores, investigadores y usuarios académicos, generando “nuevos modos de colaboración interactiva y aprendizaje a distancia, integración de bibliotecas digitales distribuidas multimedia en los programas académicos, acceso a material didáctico multimedia en red independientemente de la ubicación geográfica, etc. Todo ello en definitiva, pretende cristalizar en una nueva visión de la educación universitaria acompañada por avances en el campo de la pedagogía, recursos de apoyo, software e infraestructura tecnológica”⁷⁹.

Los objetivos de la Internet 2.0 es desarrollar mecanismos para facilitar el desarrollo universitario e investigaciones científicas, promoviendo la educación y mantener la actividad de la red científica. Sus servicios se basan en entornos colaborativos como son las bibliotecas digitales y los laboratorios virtuales.

⁷⁹ Juan José S. Aguila-Collantes, **Internet 2¿Red del Futuro?** [en línea], Revista de las tecnologías de la información, Dirección URL: <http://infolac.ucol.mx/archivo/mayo/bit.pdf> 14/10/2008 20:00 hrs.

La Internet 2.0 utiliza redes de banda ancha, proporcionando mayor velocidad para la transmisión de datos; de igual forma, cuenta con las siguientes aplicaciones⁸⁰:

- IPv6.- Es un nuevo protocolo de Internet diseñado para resolver las limitaciones del actual protocolo IPv4; cuenta con importantes características para mejorar el desempeño de la red Internet. Lo más relevante es el espacio prácticamente infinito de direcciones, al utilizar 128 bits, en vez de los 32 utilizados por el actual protocolo, esto es una capacidad de 10^{38} .
- Multicast.- Permite optimizar la red, enviando información hacia otros nodos participantes en una comunicación, sin necesidad de duplicar los envíos en la red, como ocurre actualmente con soluciones unicast. Esto tiene un gran uso en aplicaciones de educación.
- Calidad de Servicio (QoS).- Es la capacidad de la red de proporcionar el nivel de servicio requerida para cada aplicación. QoS proporciona un servicio de red mejor y más fiable:
 - Ancho de banda dedicado
 - Mejora las características de pérdida
 - Administra la congestión de la red
 - Moldea el tráfico de la red
 - Fijar prioridades del tráfico a través de la red

El administrador de la Internet 2.0 es la Corporación Universitaria para el Desarrollo Avanzado de Internet, donde se desarrolla tecnología y aplicaciones avanzadas con la finalidad de apoyar investigaciones científicas y la educación superior.

⁸⁰ Carlos Casasús López Hermosa, **Internet 2 Generando Redes de Colaboración**, [en línea] Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI) Dirección URL: <http://ciberhabitat.gob.mx/universidad/internet2/index.html> Diciembre, 2004. 15/10/2008. 15:38 hrs.

@ Web 2.0

Hasta este momento, se han abordado los medios con los cuales se han o siguen conformando la red, sin embargo, la innovación es constante; no hay día donde no surja algún programa o hardware con el cual complementemos nuestro navegar por Internet y asimismo transformar la forma en la cual solemos hacerlo; cada vez nos encontramos más involucrados dentro de la red; ahí nos comunicamos, interactuamos, informamos e identificamos.

Así surge este término llamado **Web 2.0**, proporcionado por la empresa O'Reilly Media en 2004, acompañado del desarrollo de nuevas herramientas de uso sencillo, proporcionando al usuario los elementos necesarios para formar parte de esta comunidad electrónica, regida bajo la consigna de "libre comunicación sin límites ni compromisos".

Los antecedentes del Web 2.0 es la invención de cuatro israelitas, Fair Goldfinger, Arik Vardi, Sefi Vigiser, Ammon Ami; en 1996, ellos crearon el *I seek you* o *ICQ*, con el se podía tener una conversación con otros usuarios conectados a la red; más tarde, la compraría América Online (AOL) por 287 millones de dólares, provocando el desarrollo de software como yahoo, Messenger, G Talk y i Chat, el cual funciona por medio de una cuenta de correo electrónico, sin embargo, con la diferencia de software se crearon programas como Odigo Easy, Message y Trillan, ahora Trillan Astra, para lograr la conectividad entre usuarios.

Los productores de herramientas en navegación de la red proporcionan nuevas innovaciones, desarrolladas desde 1999 con el ingreso de pitas.com o Blogger, permitiendo al usuario generar información sin necesidad de contar con un programa de HTML.

El atentado a las Torres Gemelas, el 11 de septiembre del 2001, provocó la creación de Blogs donde el pueblo estadounidense expresaba su dolor, vivencias, además de utilizarlas como

medio para poder localizar a sus familiares; fue tan bien aceptado, que hasta finales del 2006 había 50 millones de blogs activos.

Un año antes, un grupo de tres jóvenes diseñó YouTube, aún así, fue lanzado hasta 2006, este software puede transferir videos por la red; los usuarios “colocan en Internet un promedio diario de 65 mil videos que poco más de 30 millones de visitantes únicos al mes esperan con ansia”⁸¹

El surgimiento de redes sociales en línea fue impulsado por los sitios como Hi5, My space⁸² y, desde luego el Messenger que son un ejemplo, de la oportunidad de crear una página personal, permitiendo al usuario tener más interactividad y posibilidades de expresión, cambiando el panorama del Internet anterior.

Manuel Castells menciona: las nuevas tecnologías de la información están integrando al mundo en redes globales de instrumentalizadas. La comunicación a través del ordenador engendra un vasto despliegue de comunidades virtuales,⁸³ desarrollando un nuevo despliegue social hacia el ciberespacio.

La nueva generación de cibernautas se expresan e interactúan a través de blogs, páginas personales, chats, foros, etc., muestra del cambio cultural de las organizaciones; asimismo se, demuestra, como lo menciona Manuel Castells que la tecnología va más allá de sólo ser tecnología, es un medio de comunicación, de interacción y de organización social.

A partir de esta nueva interacción social, se han desarrollado nuevos modelos de comunicación, teniendo como base las redes informacionales, donde se abordan todo tipo de temas; asimismo, crean una bidireccionalidad de los flujos de comunicación, haciendo flexible el manejo de contenido y la difusión del mensaje, dando pauta una feed back.”La

⁸¹ Conozca Más, **el Nuevo Internet YouTube, adentro de la blogosfera.**

⁸² Denominadas como redes sociales conformadas por grupos de personas quienes interactúan por medio de la Internet.

⁸³ Manuel Castells, *op. cit.*, Pág. 48.

interacción de la nueva tecnología de la información y los procesos actuales de cambio social tiene un impacto sustancial sobre las ciudades y el espacio".⁸⁴

La sociedad está formada por organizaciones quienes, como se ha mencionada, han adoptado las nuevas tecnologías de información para agilizar o facilitar los procesos informativos. A continuación, se desarrollará las formas en como la introducción de la Internet afectado a las organizaciones modernas.

Elementos de Internet⁸⁵



⁸⁴ Manuel Castells, *op. cit.*, Pág. 436.

2.4 Internet en las organizaciones modernas

Hasta este punto, se explicó el marco histórico conceptual por ser necesario contextualizar a la organización moderna y cuáles son los factores esenciales para su transformación.

Dentro de este apartado, se realizará el estudio de cómo la sociedad adoptó el uso de las nuevas tecnologías de información, transformándose en una sociedad red, donde los flujos de información logran ser más ágiles y la organización se traspa a la Web.

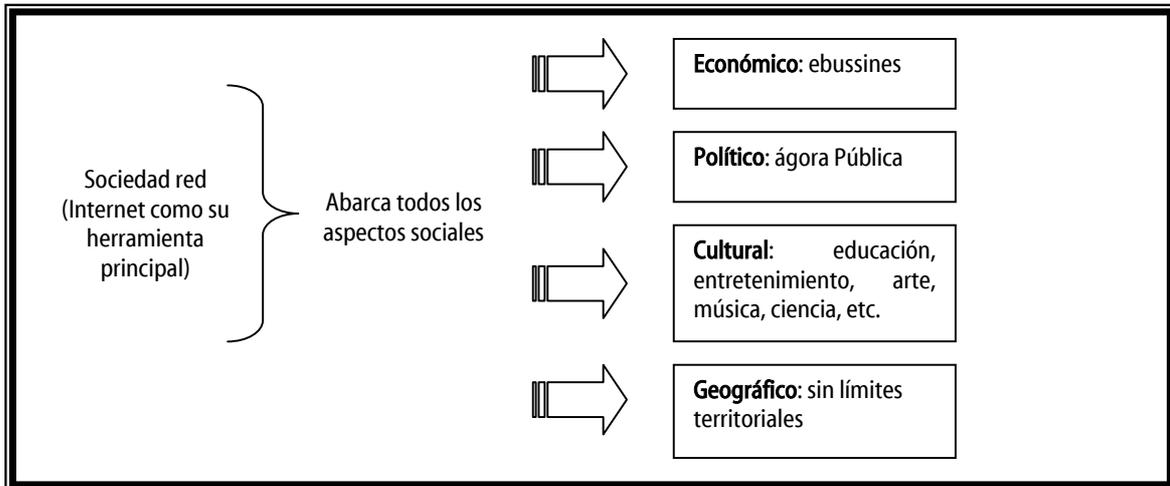
La sociedad red ahora se ve desde la perspectiva del ciberespacio como una extensión de su organización por su fácil uso como lo afirma Manuel Castells.

El uso de Internet ha modificado los modelos de comunicación de forma espacial y temporal con esto, se transforman las interacciones entre las personas, se construyen nuevos espacios para la interacción, facilita la información y rompe con las barreras geográficas y temporales.

En los alcances de Internet se puede desarrollar la mayor parte de las actividades hechas por la sociedad en el plano real como se muestra en el siguiente esquema.

⁸⁵ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Esquema de la sociedad Red⁸⁶



La innovación del fenómeno organizacional es tomar la Internet como sistema nervioso digital, debido a que su infraestructura de comunicación es dinámica e interactiva, además de ser rápida y expandirse a escala global, por ello, las organizaciones han adaptado los flujos de comunicación internos y externos a ella.

El mejorar y agilizar el flujo de información facilitará las soluciones organizacionales, la llave del conocimiento es la información; si los integrantes se encuentran enterados en su totalidad acerca del funcionamiento y los objetivos de la corporación, podrán actuar de mejor manera a los factores de riesgo o de oportunidad.

Como se había hecho mención, las organizaciones modernas tienen planes estratégicos para el cumplimiento de sus objetivos y ahora han encaminado sus estrategias a las posibilidades proporcionadas por la Internet, adaptándolas a sus flujos de comunicación interna y externa.

El uso del correo electrónico se ha convertido en el medio de comunicación organizacional más importante en la actualidad, su uso se enfoca desde mantener una comunicación con los públicos externos como lo son: clientes, trabajadores, distribuidores, proveedores, prensa,

⁸⁶ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

socios, etc. e interna con los integrantes de la institución. Los factores por lo cuales es utilizado es por la flexibilidad, su fácil manejo, la rapidez, la baja interferencia y su bajo costo.

El correo electrónico tiene múltiples usos no sólo el mantener una comunicación entre dos personas; como se ha mencionado, la Internet es una red que se expande hasta los alcances deseados por la organización.

La flexibilidad de Internet y de su herramienta, el correo electrónico, ha propiciado diferentes aplicaciones para su servicio como se muestra a continuación:

- Envío de boletines informativos. Envío de información de interés para el usuario y públicos externos.
- Revistas Electrónicas, donde se muestren artículos, documentos, próximos eventos, enlaces a sitios de interés entre otros.
- Marketing por correo electrónico (mailing). Es el envío masivo de alguna publicidad o invitación algún evento de la organización
- Notas o comunicados de prensa, con la finalidad de mantener una buena relación con los medios de comunicación y beneficiar a la organización.
- Envío de publicidad institucional, mediante la incorporación de algún mensaje publicitario o su logotipo.
- Envío de memorandos con fines de informar a los públicos interno y externos.

La lista anterior sólo es de alguna de las aplicaciones más comunes, sin embargo las organizaciones innovan cada vez más su uso, dependiendo de sus necesidades. Existen otras

más especializadas por las empresas informáticas como es el bien conocido Outlook, el cual facilita su aprovechamiento.

Otra aplicación es la Intranet, la cual es ocupada como canal de comunicación abierto, donde se pueden generar un espacio de colaboración, porque proporciona los siguientes beneficios:

- Información más ágil.
- Comunicación entre miembros.
- Agiliza el trabajo burocrático.
- Rapidez para acceder a documentos.

En el espacio de la Intranet se pueden desarrollar de estrategias de comunicación; por medio de la información proporcionada, se puede fortalecer la identidad de los integrantes; su función más común es el intercambio de información agilizando los procesos.

En cuanto a los flujos de comunicación externa, las páginas Web son el medio indicado para su uso. Su funcionamiento es dependiendo de las necesidades de la organización, puede ser sólo la búsqueda de información o al contrario desee informar algo.

Las páginas Web pueden ser interactivas e innovadoras, dependiendo del objetivo; en ellas se pueden aplicar muchas técnicas, de igual manera es el medio más utilizado por la sociedad por su rentabilidad como se enlista a continuación:

- Fácil acceso a la información.
- Amplía los límites geográficos.
- Promueve la comunicación entre públicos.
- Rapidez de información.
- Cambio y actualización de contenidos en cualquier momento.
- Posicionamiento de la imagen corporativa.
- Acceso a cualquier persona.

En la actualidad, una página Web es vista como medio de presentación de las organizaciones y, de igual manera, de forma personal gracias a los sitios antes mencionados como Hi5, My space, facebook⁸⁷ entre otros, esta nueva generación se le llama Web 2.0.

La Web 2.0 es utilizada por la sociedad para formar una infraestructura virtual, pues ésta revoluciona a su antecedente; la dinámica e interacción se ha desarrollado, se ve como una plataforma donde se puede trabajar con los recursos proporcionados por la Web y se acopla más a la identidad de las redes sociales, generando una mayor participación de los integrantes.

Las corporaciones la utilizan como herramienta para marketing y publicidad por su mayor interactividad con el usuario, generan una conectividad entre ellos y generar un dinamismo del consumo, como es el caso de Pepsi y los videos en You Tube, donde cantantes reconocidos participan en un video promocional de ellos.

El uso del Web 2.0 cada vez es más utilizado, porque éste facilita a los usuarios generar su propio micro sitio o blogs antes la información ofrecida por la Web era generada por Web Masters⁸⁸. La interacción e intercambio de información entre los usuarios es el punto de partida para la generación de las redes sociales.

La utilización de las nuevas tecnologías de información beneficia a la disciplina de la comunicación organizacional, porque ambas se integran a favor de agilizar los flujos de información a través de su dinámica de acción de sus herramientas, además de tener la evolución de la Internet a su favor.

Para la comunicación organizacional, la dinámica con la cual pueden ser manejadas las herramientas de Internet ayudan a generar estrategias comunicativas y, a su vez, ser

⁸⁷ Denominadas como redes sociales, conformadas por grupos de personas quienes interactúan por medio de la Internet.

⁸⁸ Se le denomina Web master al administrador de sitios Web.

utilizadas como tácticas para lograr ventajas competitivas, de productividad y agilizar la información lo que puede generar un cambio significativo en la organización.

Como se pudo apreciar, el uso de la tecnología en la sociedad ha propiciado un cambio de forma cultural trascendental, al adoptar un nuevo estilo de vida a través de la red.

Este cambio puede ser benéfico como lo utilizan organizaciones no gubernamentales a favor de los derechos humanos y la ecología, sin embargo, también puede ser utilizada de forma peligrosa por las redes delictivas organizadas como lo informó Joaquín López Doriga en su noticiario acerca de cómo los secuestradores utilizan los espacios de las redes sociales para elegir a sus víctimas, pues en Hi5, My Space y Facebook, principalmente se sube información acerca de lugares de preferencia, actividades, datos personales y fotos que son datos importantes para el crimen organizado, quienes han formado un catálogo de candidatos a ser secuestrados.

Otra aplicación utilizada por el crimen organizado en específico el narcotráfico es el sitio de Internet Youtube, donde publican videos para reclutar personal denominándolos "Así entrena el Narco" y en ellos ha existido respuesta por parte de los usuarios dejando comentarios como "Cómo hago para entrar al negocio?, Tendría que viajar a México?, Quisiera ser como estos brothers, yo los puedo apoyar y soy leal"⁸⁹.

Con los anteriores ejemplos se comprueba cómo la sociedad, dependiendo de sus intereses sean o no a favor de un bienestar social, logra acoplar la tecnología a su provecho, transformándola en un peligro a la seguridad o logrando ser una estrategia para solucionar problemas sociales.

Como se ha mencionado, la apertura de la red ha abierto un nuevo horizonte de socialización a través de ellas, en los aspectos sociales, económicos, culturales, delictivos y políticos; no

⁸⁹ www.notimex.com.mx, 16/08/2008, 18:44 hrs.

obstante, este último no ha demostrado ser muy útil para la democracia. La transformación de la revolución del conocimiento no es completamente técnica sino tiene en parte suma importancia el carácter cultural, porque se aportan los elementos significativos y cognitivos para provocar el cambio, provocando una cibercultura en las sociedades modernas.

A continuación, se explicará, cómo las redes informacionales han evolucionado dichas actividades sociales hasta desarrollar una nueva cultura, la cual caracteriza a las organizaciones modernas.

2.5 Cibercultura

La sociedad de la información es el resultado de la aldea global, la fusión de la comunicación, la información y la electrónica, transformó los hábitos sociales; esto se basa en los modos de organización y su funcionamiento, la sociedad hace una transformación cultural.

Delia Covi, profesora de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM en su artículo **Sociedad de la información y el conocimiento: entre el optimismo y la desesperanza**, menciona la característica principal de la sociedad: la comunicación como la que influye en todas las actividades; industriales, entretenimiento, educación, organización, servicios, comercio, etc.

Las TIC repercuten en todos los sectores sociales, reorganizando el trabajo tradicional, por medio de la aplicación del conocimiento y del análisis sistemático y lógico induciendo más la revolución del conocimiento que informacional.

La transformación de la revolución del conocimiento no es puramente técnica, tiene suma importancia el carácter cultural, por la aportación de los elementos significativos y cognitivos para provocar el cambio, reflejados en las actividades de la sociedad.

Manuel Castells expone la teoría de la supremacía de la información como el elemento fundamental, mediante el cual giran todas las actividades de la sociedad; menciona la tendencia histórica, las funciones y los procesos dominantes en la era de la información a través de la organización en torno a redes, así como el nuevo paradigma tecnológico de la información como base para la transformación de la estructura social, desarrollando así el concepto de la sociedad red, “caracterizada por la preeminencia de la morfología social sobre la acción social”⁹⁰

Las nuevas tecnologías de la información no son sólo herramientas para aplicar, sino procesos a desarrollar. Los usuarios y los creadores pueden convertirse en los mismos, los usuarios pueden tomar el control de la tecnología, como es el caso de los blogs; la colaboración de la contracultura ayudó a desarrollar nuevos elementos, fortaleciendo y facilitando su uso.

Los proyectos contraculturales juegan un papel fundamental dentro de la sociedad red, son parte de los actores principales para su desarrollo, construyen nuevas formas libres de comunicación como fue el caso del MODEM inventado por estudiantes de Chicago en 1978, este artefacto hizo posible transferir archivos de manera directa sin un sistema receptor a pesar de su uso militar para la interconexión horizontal.

La invención del protocolo UNIX hizo posible conectar las computadoras por medio de la línea telefónica pública; con esto surgió el *usenet*, utilizado como foro on line.

Sin duda, el software libre también cumple con este objetivo como es el caso de Linux, desarrollado a través de Internet por los gurus informáticos de todo el globo; surge de la idea del estudiante sueco Linus Torvalds, en la Universidad Tecnológica de Finlandia, Helsinki University Technology, en 1991 como parte de un proyecto alternativo al sistema operativo Minix.

⁹⁰ Castells, Manuel **La sociedad red**, Pág. 505.

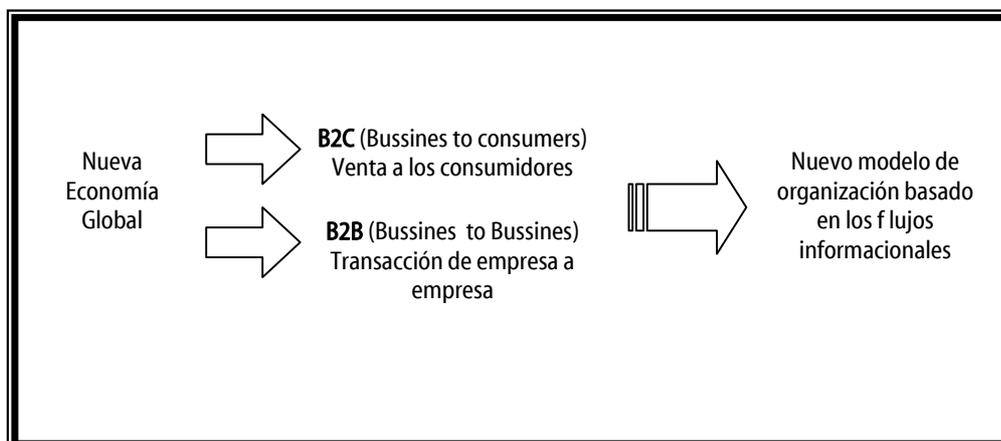
La versión de Linux ALFA detonó un movimiento, el cual hasta la fecha sigue y es considerado como el mejor soporte técnico en la industria de las computadoras consiste en “compartir y ayudar a otros sin pedir nada a cambio...la mayoría de los usuarios de Linux creen que compartiendo con otros tendrán en definitiva otro tipo de recompensas”,⁹¹ siendo así un movimiento el cual utiliza el Internet como medio.

Internet ha modificando la diseminación de mensajes, la interacción social y consecuentemente los efectos en la conducta humana. Logran abrir los parámetros para la transmisión de la información, como lo llama Castells, la transformación de lo local a lo global; por lo tanto, los acontecimientos ocurridos en cualquier lugar del globo son transmitidos simultáneamente al resto del planeta, alterando las acciones sociales.

Tal es el caso del sector empresarial, le dieron a la red un uso funcional, a pesar de no encontrarle un futuro rentable en un principio. Las empresas ahora funcionan a través de Internet, lo cual ha creado un nuevo modelo, el comercio electrónico; esto no significa sólo la venta como lo indica el **B2C** (Business to Consumers), sino las transacciones de empresa a empresa **B2B** (Business to Business) actualmente utilizado en un 80%.

⁹¹ David Bandel, **Linux**, Pág. 6.

Economía en Internet ⁹²



Internet les ha funcionado como un instrumento de comunicación interactiva de acuerdo a los tiempos deseados con una capacidad y velocidad, generando satisfacción a las empresas, mediante la transmisión de datos, sin embargo, las empresas no sólo necesitan remitir información sino lo enriquecedor, el feedback, hace la piedra angular de estas y esta herramienta lo proporciona.

Actualmente, la forma de hacer dinero no es tan directa, ahora se negocia y se hacen las transacciones *on line*, surgiendo una economía puntocom, modelo organizativo adoptado por las corporaciones. Castells explica la serie de estrategias aplicadas por las industrias económicas para desarrollarse en esta nueva etapa industrial. Las estrategias empleadas son:

- Descentralización interna de las grandes empresas que trabajan bajo objetivos.
- Cooperación de pequeñas y medianas con la finalidad de entrar a un mercado amplio.
- Conexión entre redes de las empresas pequeñas y medianas
- Alianzas y asociaciones estratégicas.

⁹² Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

La actividad económica se beneficia formando organizaciones flexibles, donde existe una comunicación a todo canal entre los empleados, asimismo “permite la escalabilidad, la interactividad, la flexibilidad, la gestión de marca y la producción personalizada a medida del consumidor, en un mundo empresarial organizado en red”⁹³

Internet les ha funcionado como un instrumento de comunicación interactiva de acuerdo a los tiempos deseados, con una gran capacidad y velocidad, generando satisfacción a las empresas, esto mediante la transmisión de datos. A partir de la intervención económica en las redes, surgen cada vez más nuevos elementos, para desarrollar nuevas formas de comunicación.

En el aspecto político, poco se ve alterada por esta herramienta por la presentación de datos duros; sin proporcionar mayor interactividad entre usuarios no hay mayor democracia sin la evolución dentro de la política formal no habría cambio en la política en la red, sin embargo, la idea del ágora pública en red ha funcionado como medio para promover la libertad de este medio, porque ha iniciado la libre expresión acerca de preocupaciones o frustraciones de los ciudadanos por las reformas políticas hechas por esta, surgiendo interrogantes para el Estado ¿cuánta libertad se puede proporcionar por este medio sin alterar el orden político?

Pese a esto, la sociedad ya ha tomado conciencia de esta herramienta y ha utilizado a su manera de tal forma que podemos localizar en la red todo tipo de actividades, desde las educativas hasta las más perversas como es la pornografía infantil, donde los gobiernos no han podido actuar por el libre tránsito de información presentado por la red.

Los fraudes electrónicos y el quebrantamiento a la privacidad se han convertido en situaciones cotidianas en la red, “cualquier cosa realizada dentro de Internet es fácil localizarla, electrónicamente hablando”.⁹⁴

⁹³ Castells, Manuel **Galaxia Internet**, Pág. 105.

⁹⁴ Manuel Castells, **Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento**, <http://www.uoc.es>. 23/03/2007 14:00 hrs.

Sobre políticas en la sociedad de la información, Delia Crovi señala la institución de éstas por medio de las organizaciones mencionadas (FMI y BM), portadoras del simbolismo y el significado de lo ocurrido por los cambios efectuados por ellos mismos.

La red es utilizada como medio para la acción y la organización de los movimientos sociales por la facilidad de interacción en ella, así como la posibilidad de concentrar a los actores necesarios y adecuados de cada causa sin duda de quien lo organiza. En este tipo de movimientos sociales no se arriesga a llamar a otros actores no pertenecientes al movimiento.

Estos “movimientos dependen sobre todo de la capacidad de llevar a cabo un reclutamiento de apoyos y de estímulos mediante esa llamada a los valores, a los principios y a la ideas...la bandera de organización de comunicación, de afirmación de un cierto valor tiene que ser afirmada en términos de los que quiere ser, porque los movimientos sociales que se constituyen en torno a lo que dicen que son, no se constituyen de forma manipulada atrayendo alguien para lo que no es” ⁹⁵

Internet permite la flexibilidad y la temporalidad así como, la superación de barreras geográficas. La evolución social nos ha llevado hacia las redes, es inevitable, formamos parte de la “sociedad red”, como lo denomina Manuel Castells; por lo tanto, los usos y costumbres han cambiado, provocando una transformación social.

Los protagonistas de esta era (nosotros mismos), hemos adoptado estas herramientas tecnológicas informáticas a nuestras vidas adhiriéndolas a nuestros quehacer cotidiano.

No es de asombrarse proporcionar un e-mail en lugar de un número telefónico, conocer los hechos relevantes de todo el mundo con un par de clicks; hasta no nos sorprende todo este nuevo vocabulario cibernético, formado en torno de las TIC, que ya manejamos sin problema,

⁹⁵*Ibidem.*

sin embargo, la adopción de este nuevo bagaje cultural trae consigo el reto de hacer un uso adecuado de esta herramienta y no se ocupe sólo para el ocio humano.

Este cambio lo denominaremos como cibercultura, la cual ha sido definido por Levy, como “el conjunto de técnicas, de maneras de hacer, de maneras de ser, de valores, de representaciones que están relacionadas con la extensión del Ciberespacio...”⁹⁶ Esta concepción es muy certera, pues si consideramos la definición de cultura como usos y costumbres de los individuos formado por común acuerdo colectivamente, la cultura cibernética, se encuentra presente con todas las modalidades de ocupación del Internet; dichas acciones han sido instituidas por las organizaciones implicadas por la globalización.

La forma en la cual llegamos a este punto de la historia fue por “la tecnología digital, permitiendo el equipamiento de toda clase de mensajes, incluidos sonidos, imágenes y datos se formó una red capaz de comunicar toda clase de símbolos sin utilizar centros de control”⁹⁷. Con ello, refuerza la introducción de la cultura a la hora de emitir símbolos identificados en el sistema físico en la red; los individuos asocian los hechos y forman una identidad dentro de ella, permitiendo la creación de una comuna dentro de la red como es el caso de los blogs y de las organizaciones civiles formadas dentro de ella.

Castells menciona al “Sistema de comunicación, el cual cada vez habla más un lenguaje digital universal, está integrando globalmente la producción y distribución de palabras, sonidos e imágenes de nuestra cultura y acomodándolas a los gustos de las identidades y temperamentos de los individuos Las redes informáticas interactivas crecen de modo exponencial, creando nuevas formas y canales de comunicación, y dando forma a la vida a la vez formada por ellas”⁹⁸

⁹⁶ Pierre Lévy "Ciberespai i Cibercultura" Artículo presentado en la Universitat Oberta de Catalunya en http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Ricard_Faura.htm 10 /04/ 07 13:00 hrs.

⁹⁷ Manuel Castells, **Sociedad Red** , Pág. 384.

⁹⁸ <http://www.hipersociologia.org.ar/catedra/material/Castellsprol.html> 03/04/07 16:00 Hrs.

La sociedad adapta los recursos otorgados por el sistema a sus usos y costumbres adecuándolos a su vida cotidiana; tal fue el caso de la radio y la televisión en su debido tiempo, actualmente lo hace por medio de Internet; como se ha mencionado, esta herramienta ha absorbido una serie de actividades, que se desarrollan en el plano físico.

Como la sociedad se encuentra inmersa en los medios de comunicación electrónicos, los mensajes no emitidos por estos son de fácil desaparición porque su único medio son las redes interpersonales. Los “medios de comunicación tienden a funcionar sobre la conciencia y la conducta”⁹⁹ de los hombres. La cultura se infiltra por cualquier herramienta, la cual permita emitir mensajes y, si son masivas como son la radio, televisión y prensa, su efecto va en aumento; si tomamos en cuenta al Internet la cultura fluye a través de millones de redes.

Por medio de Internet, sistema óseo de la comunicación global, la cultura, se ha impermeabilizado de forma interactiva facilitando su adopción; Mc. Luhan ya lo decía al describir al público como activo, cuanto mayor reciprocidad exista entre las partes más enriquecedor serán los cambios, provocando una movilización de las organizaciones online.

Formando así una evolución cultural, como lo menciona Román Gubern, en su libro **El Eros Electrónico**, esto se desarrolla por medio de estrategias del hombre para adaptarse a su ambiente, con lo cual constituye códigos de conducta, leyes y reglamentos, entre más compleja se vuelva la sociedad existirán herramientas informáticas, para facilitar su divulgación y el sistema siga el mismo rumbo. Estas nuevas realidades ayudan a elaborar nuevas estrategias culturales.

La plasticidad de Internet lo hace apropiado para acentuar las tendencias de la sociedad en todas sus vertientes, capitalistas, socialistas y liberales; por lo tanto, la cultura de Internet es la de los propios usuarios creadores de las nuevas formas de comunicación, envolviendo a la sociedad en una cibercultura.

⁹⁹ Manuel Castells, **sociedad Red**, Pág. 369.

A pesar de las grandes promesas de la Sociedad de la Información, a través de su desarrollo de transistores bits, bandas anchas, protocolos, software, etc., del dar la herramienta necesaria para ir desvaneciendo la brecha digital, existe aún este gran abismo entre los denominados por García Canclini los desconectados a esta nueva sociedad red.

Nos encontramos sumergidos en la sociedad de la información y lo comprobamos con el simple hecho, de que la mayoría de las personas contamos con un correo electrónico a donde nos hacen llegar información diversa, sobre lugares a donde podemos viajar, alguna promoción bancaria, múltiples noticias sobre cualquier ramo, invitaciones a participar en algún evento u formar parte de alguna comunidad.

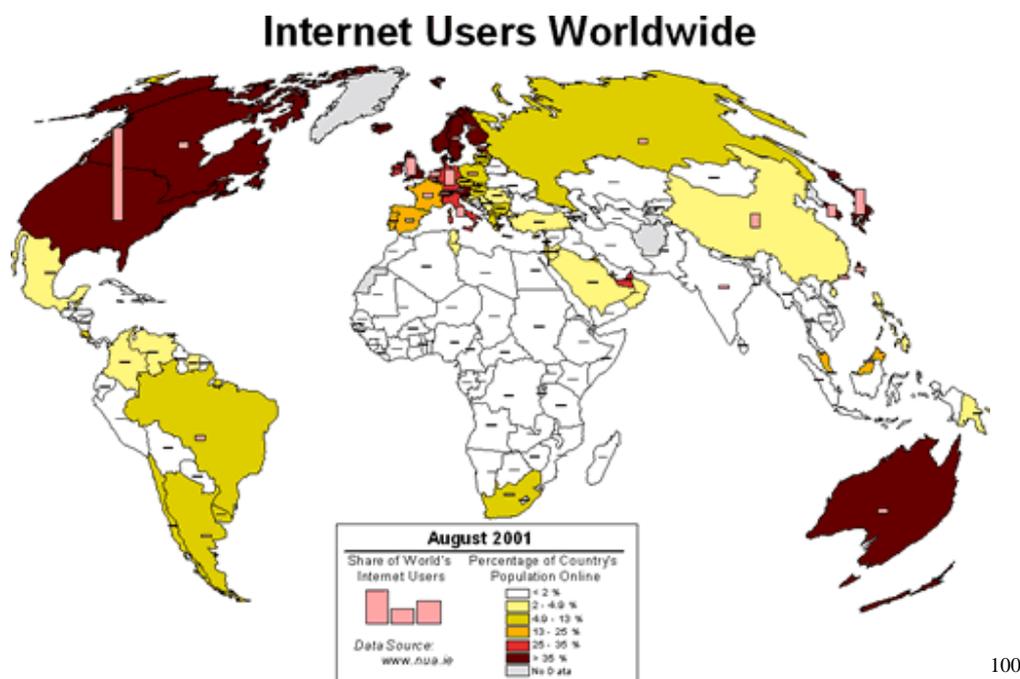
Queda claro, Internet se ha convertido en el medio de comunicación más importante de todos los tiempos ha cambiado el patrón de interacción social, más no la estructura y composición social. Internet ofrece más aún de identidades falsas, se convierte en la herramienta angular para entrar a una serie de transformaciones socioculturales, dando pie a la creación de redes organizacionales.

El uso de Internet ha modificado los modelos de comunicación de forma espacial y temporal; con esto se transforman las interacciones entre personas se construyen nuevos espacios para la interacción facilita la información y rompe con las barreras geográficas y temporales, permitiendo un flujo de comunicación tan amplio y, a su vez, interactivo en el cual puede participar cualquier persona y plantear su proyecto y así formar movimientos sociales dentro de ella.

Internet se ha convertido en el espacio de mayor flexibilidad e ilimitado para comunicarnos, ya que abarca todo aspecto de la sociedad es utilizado como instrumento organizativo e informativo en donde se puede actuar dependiendo de la finalidad.

No obstante, esta herramienta ha abierto una brecha digital, entre las personas conectadas y desconectadas a la red; el uso de las tecnologías se limita a un cierto sector de la sociedad

física. La mayor parte de los internautas se encuentran ubicados en países desarrollados como Estados Unidos, Canadá y Europa, como lo demuestra este mapa geográfico realizado por Matthew Zook



100

“El desenvolvimiento de las culturas subordinadas da el soporte para movimientos políticos regionales, éticos o clasista que enfrentan al poder hegemónico y buscan otro modo de organización social.”¹⁰¹

Por lo cual, la brecha digital se ha introducido en las agendas de los foros económicos, quienes lo han puesto como un avance para los países en vías de desarrollo y los países pobres, sin embargo, el problema no es inyectar de tecnología estos países sino el conocimiento cognitivo para el uso de éstos, pues se han entendido “Las estrategias de comunicación ocupan un lugar destacado dentro del modelo político económico-neoliberal

¹⁰⁰ Matthew Zook, <http://www.zooknic.com> 02/04/07 0:38 hrs.

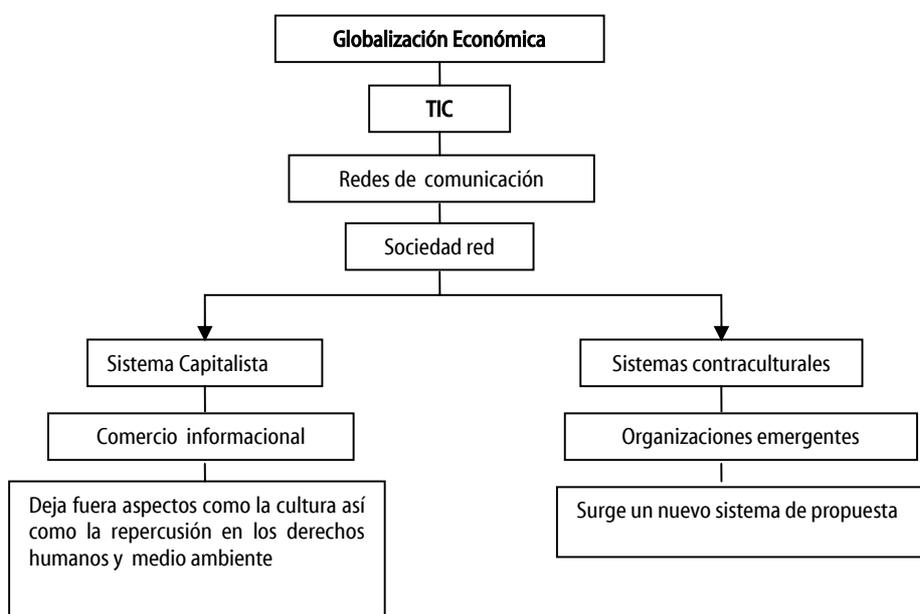
¹⁰¹ Néstor García Canclini, **Diferentes, Desiguales y Desconectados**, Pág. 72

en la medida en que dicho modelo introduce una dimensión simbólica que permite por un lado legítimo o constituirse en instrumento de gobernabilidad”¹⁰²

Este capítulo demostró parte del cambio cultural efectuado por la influencia del contexto social actual, la globalización, que trae consigo elementos fundamentales para la transformación de usos y costumbres por la adopción de las nuevas tecnologías de información, en su caso específico, la adopción de la Internet a las actividades laborales, escolares, comerciales, delictivas, políticas y culturales.

La transformación cultural hecha por las tecnologías da como resultado la cibercultura, la cual es clave para la continuación de esta investigación por las características asociadas a las organizaciones modernas.

Efecto de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación¹⁰³

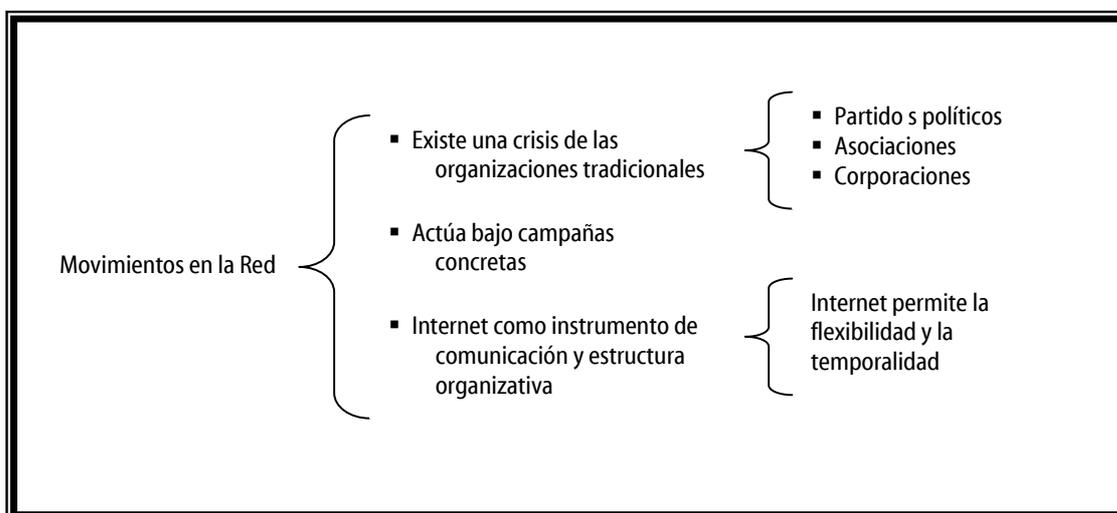


¹⁰² Delia Crovi, *Sociedad de la Información y el conocimiento. Entre el optimismo y desesperanza*, Pág. 58.

¹⁰³ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

La sociedad red tiene dos vertientes, el sistema capitalista formando un comercio informacional y por las organizaciones emergentes, creando un nuevo sistema de propuesta; con esto surgen las interrogantes siguientes ¿Cómo han afectado la introducción de las nuevas tecnologías de Información y comunicación a las organizaciones? ¿Realmente se ha desarrollado una cibercultura? ¿Quiénes son los beneficiados por estas tecnologías y a quiénes ponen en desventaja? Y ¿cómo se logra contraponer a la globalización?

Formación de los Movimientos sociales en Internet¹⁰⁴



El capítulo siguiente abordará el tema de las organizaciones emergentes, quienes marcan propuestas dinámicas alternas a la globalización, así mismo se apoyan de las herramientas comunicativas proporcionadas por medio. Por ser organizaciones que desarrollan propuestas alternativas a las problemáticas generadas por la globalización, se les ha definido como organizaciones propositivas, por su modelo de comportamiento encaminado a objetivos y su buen funcionamiento organizacional lo cual hace sean el arquetipo a estudiar en esta investigación por su afinidad con la comunicación organizacional.

¹⁰⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

Nadie combate la libertad; a lo sumo combate la libertad de los demás. La libertad ha existido siempre, pero unas veces como privilegio de algunos, otras veces como derecho de todos. Karl Marx

3. Reorganización Social: formación de movimientos propositivos

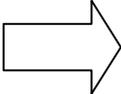
Los movimientos propositivos sirven como modelo de organización en este trabajo, pues hacen uso efectivo de la comunicación, surgen a raíz del entorno global y utilizan sus elementos para diseñar estrategias para el cumplimiento de objetivos e incorporan las estrategias comunicativas a los objetivos de la organización.

El capítulo tiene como objetivo explicar el origen y funcionamiento de las organizaciones propositivas, ya que, a partir de saber su comportamiento, se puede conocer las nuevas estrategias comunicativas planteadas por los movimientos propositivos explicándolos desde la perspectiva de comunicación organizacional.

Por esta razón, se iniciará explicando el nacimiento de los movimientos propositivos que tienen su raíz a partir de la transformación global. Tras el desencanto de la sociedad moderna acerca de la resolución de problemas como es el combate de la pobreza, tratando de ayudar a las economías menos favorables a través de sus políticas de mercado mundial, la equidad de género y derechos humanos, así como los daños ambientales generados por los gases congelantes de las fábricas, se desarrollan nuevas formas de organización social en diferentes grupos alternativos, éstas nuevas organizaciones tratan de dar solución a ciertas cuestiones generadas por la evolución industrial.

La promesa del sistema capitalista en esta fase de globalización, es la política económica aplicada a cualquier aspecto social; según sus defensores, esto dará respuesta a varias problemáticas mundiales, sin embargo este modelo económico deja fuera aspectos culturales de suma importancia para el bienestar social. Tales ideas son las siguientes:

Comparativo de la globalización y la realidad social⁹⁹

Promesas de la Globalización	Realidad Social
Reducción de la pobreza	<p style="text-align: center;"></p> <p>El crecimiento económico a través de la apertura de las fronteras para una libre comercialización donde las empresas transnacionales parecen cigarras, pues agotan los recursos de los países y después emigran a donde existen nuevos mercados versátiles, dando sólo una solución repentina a las economías pobres, dejando después una brecha enorme y un mercado poco competitivo.</p>
La homogenización de la sociedad (equidad en los derechos humanos)	<p style="text-align: center;"></p> <p>La homogenización, presume, combatirá el problema de diferenciación social, sin embargo genera en realidad lo contrario, pues los grupos sociales convencidos de defender sus raíces, de no sentirse replicas de una producción en serie tratan en lo más posible de conservar su cultura y tradiciones.</p> <p>Otro punto importante, no existen igualdades donde no se dan las mismas oportunidades por el desequilibrio económico generado por las sociedades modernas plenamente industrializadas las cuales tienen un nivel diferente y acceso a muchas más posibilidades salubres, materiales y tecnológicas., quedando a desventaja las naciones más pobres.</p>
Un sistema político democrático	<p style="text-align: center;"></p> <p>Sus defensores, aseguran, la globalización favorece la democracia a través de la aplicación de la <i>democracia de mercado</i> a ciertos actores políticos.</p> <p>Con la libre expansión del capital y la institucionalización de la macroeconomía, se daría pie al respeto de los derechos y las garantías individuales y sociales.</p> <p>El ciudadano tendría, autonomía, igualdad, eficiencia y responsabilidad al respecto de la participación en las políticas de Estado.</p> <p>Sería como un ágora global, donde serían escuchados los intereses de la sociedad mundial, sin embargo esto también es un engaño, pues como bien sabemos los países menos favorecidos por la nueva economía sin hablar de los adelantos tecnológicos quedarían rezagados de esta supuesta democracia global. Además de la tecnología, sólo es utilizada como un mero instrumento informativo no interactivo para la formulación de leyes más dinámicas y aplicables a la sociedad moderna.</p>

⁹⁹ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

Este sistema reduce cualquier situación a un instrumento, meramente económico, un producto comerciable y a simples consumidores sin dar importancia a los factores culturales transformados por esta.

Las consecuencias de la globalización para la mayoría de los países es infortunada, por las dichas promesas no llegan a presentarse por no tener los requisitos para competir con las grandes economías, provocando desigualdad entre los países, exclusión dentro del avance de la sociedad moderna, sin tener lugar en ella; por lo tanto, existe una desconexión de algunos grupos sociales como lo cita García Canclini en su libro, **Diferentes, desiguales y desconectados**.

La conjetura de que la globalización del orden mercantil y de los avances tecnológicos irá homogenizando al mundo, achicando las diferencias y las distancias, sin embargo la realidad es que la globalización tecnológica interconecta simultáneamente casi todo el planeta y crea nuevas diferencias y desigualdades.¹⁰⁰

A la globalización se agregan actores en suma desventaja, mientras los agentes proclamados por ella sólo dan razón de sus beneficios sin declarar la degradación humana, los deterioros ambientales originados por la industrialización tan agresiva, tales problemas al no ser abordados por los responsables generan nuevas estrategias de la sociedad civil para contrarrestarlas, esto es a través de proyectos, los cuales se formalizan por medio de las llamadas organizaciones civiles que abordan los temas de derechos humanos, igualdad de género, medio ambiente, entre los principales.

Estas organizaciones plantean, como lo menciona Carlos Vilas, “un valor estratégico para la introducción y la promoción de muchos de los temas de una agenda global alternativa, derechos humanos, medio ambiente, derechos laborales, derechos de las minorías étnicas la

¹⁰⁰ Nestor García Canclini. **Diferentes, Desiguales y Desconectados**, Págs. 14 y 42.

problemática de la opresión de género de las mujeres incluyendo la lenta pero progresiva sensibilización de algunas organizaciones e instituciones políticas respecto de tal agenda".¹⁰¹

Debido a esto, las instituciones globalizadoras como lo es el Banco Mundial las definen como: "aquellos grupos o instituciones, totalmente o en gran medida independientes de los gobiernos y se caracterizan principalmente por sus objetivos humanitarios y de cooperación más que comerciales", Sin embargo, van más allá de defender razones humanitarias.

Así lo señala, Reichman, la sociedad moderna ha puesto en marcha la irreversible disolución de los vínculos sociales y las identidades tradicionales, por lo cual los grupos sociales buscan crear alianzas con la finalidad de mantener su integridad como entidades dentro del fenómeno de expansión de la globalización. Son movimientos de supervivencia y emancipación, sus objetivos pueden ser esbozados con la fórmula "humanidad libre y justa sobre una tierra habitable"¹⁰² Defienden una identidad y una cultura, la cual no quieren les sea arrebatada.

Estos movimientos surgen a partir de estallidos sociales, provocados por la desatención de problemas de índole global ya sean ecologistas, humanistas o de género, creando estrategias para informar y dar conciencia a la opinión pública sobre ciertos aspectos sociales, los cuales nos competen como sociedad.

Las disciplinas sociales encargadas de este tema, la sociología, la antropología y la comunicación, sugieren: la globalización, desigual, diferencia y desconecta estas entidades, las cuales defienden su identidad marcada por su cultura. Esto se sustenta a través de la preocupación de los antropólogos por identificar los aspectos homogenizadores, que marcan la pauta para las diferencias, de los sociólogos por estudiar las desigualdades y los comunicólogos por entrelazar estas diferencias y desigualdades y convertirlos en aspectos inclusivos y exclusivos, dando como resultado el reto de encontrar el cómo estas diferencias

¹⁰¹ Vilas, Carlos M. **Seis ideas falsas de la globalización**, Pág. 97.

¹⁰² Reichman J. Fernández. **Redes que dan libertad**, Pág. 47.

no creen desigualdades y, a su vez, lograr interconectarlas para desarrollar una alianza fortalecedora de bienestar social.

Dentro de esta paradoja, el factor común entre las interdisciplinas es la cultura, como bien lo dice García Canclini como sistema de relaciones de sentido que identifica, “diferencias, contrastes y comparaciones” (Appadurai, 1996 12-13), el “vehículo o medio por el cual la relación entre los grupos es llevada a cabo” (Jamenson, 1993:104)¹⁰³.

Dentro de esta premisa de García Canclini, utiliza el término cultura para desarrollar fuentes de sentido; a raíz de ello, surgen las identidades de proyecto, de resistencia o como lo menciona Castells, a partir de ellas nacen las organizaciones emergentes.

Las organizaciones emergentes se conocen, como: organizaciones civiles, movimientos sociales u ONG's, sin embargo en esta investigación se denominaran como: *organizaciones propositivas* porque desarrollan propuesta, pues toman los elementos aportados por su contexto a su favor teniendo así más herramientas con las cuales formulan nuevas estrategias sustentables para dar solución a las problemáticas generadas por los métodos globales mercantilistas.

De acuerdo con Reichman, en su libro *Redes que dan libertad*, describe cuatro enfoques indispensables para entender este fenómeno, expuestas en el siguiente cuadro, agregando el análisis situacional de estas organizaciones propositivas originadas por el fenómeno de la globalización.

¹⁰³ Nestor Canclini, *op. cit.*, Pág. 21.

Análisis aplicativo de los enfoques a las organizaciones propositivas modernas¹⁰⁴

Enfoque	Descripción	Aplicación
Movilización de Recursos	Proporciona herramientas, a partir del análisis del aspecto organizacional	Uso de las Tecnologías de comunicación e Información
Particularismo	Importancia de los contextos históricos	Los procesos de globalización
Enfoque de Redes	Constitución y funcionamiento interno	De lo local a lo global
Cognitivo	Movimientos como actores colectivos esenciales para la constitución social de la realidad	Transformación social; equidad de género conciencia del deterioro ambiental

Las cuestiones planteadas como es el deterioro ambiental, la violación a los derechos humanos, la búsqueda de una identidad, se encuentran inmersas dentro de los problemas modernos; para la solución de éstos, debemos generar una globalización alternativa, no quedarnos satanizando el fenómeno sino crear estrategias convergentes que ayuden al logro de objetivos.

El resultado de la sociedad moderna y sus desenfrenos han causado el nacimiento de organizaciones propositivas preocupadas por interactuar y proponer alternativas de cambio para el bienestar social, sin embargo, cada organización se origina a partir de la unión de un grupo de individuos descontentos con alguna situación en especial ya sea por desigualdad social, violación a sus derechos o, simplemente, su preocupación por el deterioro ambiental. De aquí surge la división de estas movilizaciones identificándolas como: humanistas, ecologistas o promoción de desarrollo, subdividiéndose en identidades resistentes violentas y las propositivas, a su vez se vuelven adscriptivas e inclusivas como lo refiere Reichman.

¹⁰⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

3.1 Tipos de Movimientos propositivos

Identificar el tipo de movimiento permitirá entender la finalidad de los objetivos, así como saber cuáles son sus instrumentos para el logro de ellos. En esta sección se explicarán los tipos de movimientos propositivos, integrados por ser humanistas, ecologistas y de promoción de desarrollo.

Las humanistas, como lo determina su nombre, son las dedicadas a defender los derechos humanos como es el caso de Amnistía Internacional, la cual surge a partir del siguiente suceso.

En 1961, dos estudiantes portugueses deciden hacer un acto de libertad convocando un brindis por ella, tras su convocatoria, son arrestados y condenados a siete años de cárcel. Al enterarse de este suceso, el abogado Meter Benenson, interviene logrando su libertad. Así surge tal organización dedicada a luchar contra “los abusos de los derechos humanos y para cambiar las leyes, las cuales en algunas ocasiones tratan de legitimarlos”¹⁰⁵.

Amnistía Internacional se identifica como una organización de proyecto como lo menciona Manuel Castells, en su libro **la Sociedad Red**; esta identidad se refiere a “cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y al hacerlo buscan la transformación de toda la estructura social”¹⁰⁶.

Amnistía Internacional realiza investigación sistemática e imparcialmente de las circunstancias de cada caso específico y situaciones donde se piensa existe violación de los derechos humanos; una vez determinado la existencia de abuso en contra de las personas involucradas, el organismo de investigación da aviso al órgano base de esta organización.

¹⁰⁵ <http://www.amnistiainternacional.org>, 25/07/2007.

¹⁰⁶ Manuel Castells, **la sociedad Red**, Pág. 30.

Una vez enterados, hacen una campaña de difusión, a todos los simpatizantes y al mundo, con el objetivo cambiar la opinión pública y ejercer presión por medio de ésta.

El deterioro ambiental también es un factor afectado por la creciente industrialización de las sociedades y se ve reflejado en el calentamiento global, provocado por el rompimiento de la capa de ozono; la tala descontrolada de los bosques y selvas; la extinción de especies animales, creando gran preocupación de grupos sociales concientes de los efectos de dichos fenómenos naturales, devastadores para la vida humana.

Para contrarrestar estos efectos, se han formado grupos sociales en contra; un ejemplo es, Greenpeace, originado en 1971, por activistas antinucleares canadienses, quienes protestaban contra las pruebas realizadas en el archipiélago de Amchitka (Alaska); según sus teorías, estas pruebas podrían generar un maremoto. Con este argumento formaron una organización llamada "Don't make a wave Committee" comité no provoques un maremoto.

Después de superar una serie de problemas organizacionales, se crea Greenpeace, enfocado a "resolver los problemas ambientales que amenazan el equilibrio ecológico del planeta. Sus campañas se basan en la información científica de punta y buscan documentar los problemas ambientales para informar a la opinión pública, cabildear y proponer soluciones viables. Como último recurso, Greenpeace realiza acciones directas no violentas y de resistencia civil pacífica, que buscan denunciar, generar conciencia e involucrar a la opinión pública en la obtención de soluciones urgentes"¹⁰⁷.

Además de los problemas ambientales y humanistas, existen otros más desatendidos por la globalización, como la desigualdad de género, el rechazo a algunas etnias, la pobreza, por lo cual surgen grupos como, Avaaz, una organización de reciente creación, que significa **voz o canción del pueblo** en todos los idiomas incluso el Hindi, el Urdu y el Persa.

¹⁰⁷ <http://www.greenpeace.org>. 15/04/2007 9:30 hrs.

Asimismo, Internacional Oxfam, organización dedicada atender problemas de pobreza, comercio, conflictos, alivio de deuda y educación, trabaja para formar parte de un movimiento capaz de dar respuestas globales a problemas globales. Se proponen crear formas de trabajo y estructuras apropiadas para actuar de forma global, en un mundo cada vez más complejo e interconectado.¹⁰⁸ De igual forma, se encuentra orientada como organizaciones de promoción de desarrollo.

Se denomina organizaciones del tipo de la promoción del desarrollo, por movilizarse a partir de los temas mundiales, relevantes y apremiantes como la pobreza, el cambio climático, derechos humanos y la seguridad mundial; su objetivo, es trabajar por un mundo más justo y pacífico con una visión humana y más progresista de la globalización.

Este tipo de organizaciones son operativas o de identidad de proyecto, porque desarrollan las campañas a través de investigación; una vez listas, las difunden a los cuatro continentes, donde se encuentran colocados sus filiales. Después, se vuelven defensivas al preparar alertas y notificaciones rápidas a sus miembros sobre las oportunidades para movilizarse y así mismo movilizar sus recursos como es su trato con los medios de comunicación para tenerlos al tanto de sus acciones y así poder legitimar sus objetivos.

De acuerdo a la denominación de Reichman, las organizaciones anteriores se ubican como organizaciones inclusivas, pues cualquier persona, de cualquier sociedad, puede formar parte de ellas; no se encuentran limitadas a la parte afectada de la sociedad. Retomando una de las tesis de García Canclini, logran encontrar ese punto de enlace, donde las diferencias se vuelven ventaja para luchar por igualar su situación a través de la interconexión de los grupos sociales, usando como herramienta la identidad legitimadora, creada a partir de la cultura y de la multiculturalidad existente en nuestros tiempos.

¹⁰⁸ <http://www.oxfam.org>. 15/04/2007 9:30 hrs.

Blanca Torres, investigadora del COLMEX, clasifica, a partir del análisis de Korten, a este tipo de organizaciones en tres generaciones:

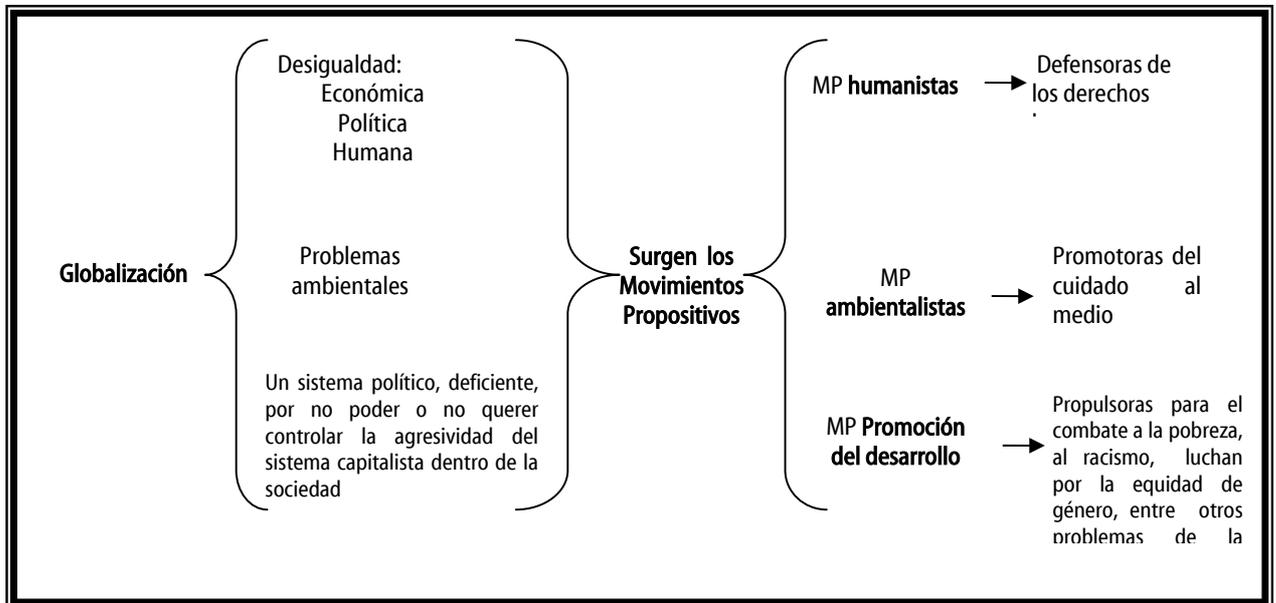
Primera generación: las cuales remedian las necesidades más inmediatas de ciertos grupos o poblaciones mediante acciones directas como la distribución de comida, El establecimiento de brigadas de salud y la provisión de refugios, podían aliviar problemas temporales, pero no podía enfrentar las necesidades del subdesarrollo.

Segunda generación: genera la autoestima y la capacidad propia de los miembros de la comunidad a la cual apoyan; con esto los beneficios duraran aún después de la ayuda prestada. No analizan el contexto en cuestiones político cultural e institucional.

Tercera generación: actúan por su cuenta, sólo benefician a un número reducido de personas o poblaciones da iniciativas de, desarrollo, de autoestima y capacidad propia de las comunidades; sólo pueden ser sustentables en medida de las organizaciones locales, privadas y públicas estén ligadas a un sistema nacional de apoyo.

De acuerdo con ello, las organizaciones actuales han formado parte de las generaciones mencionadas, sin embargo, han evolucionado fusionando algunas de las perspectivas arriba mencionadas, por lo cual se desarrollan como organizaciones de segunda generación adaptando características de la tercera para beneficiar a los sectores afectados en su momento; sin embargo, la ventajas mostradas por las organizaciones emergentes es su gran estructuración en red mundial. Así benefician a ciertos grupos sociales a nivel local, traspasándolo después a lo global, con lo cual cumplen con sus objetivos.

Creación de los Movimientos Propositivos¹⁰⁹



El origen y desempeño de los movimientos propositivos, así como su clasificación definió cuáles son los intereses y objetivos. La actividad de los movimientos propositivos también se han desarrollado en México, presentando las características anteriormente mencionadas como es el movimiento Zapatista. En el siguiente apartado se explicará una breve reseña de la historia de las organizaciones civiles a manera de contextualizar dicho fenómeno en nuestro país, sin embargo, como la tesis se refiere a un contexto global, sólo se abordará de forma sintetizada para continuar con explicación de la forma de organización a nivel global.

3.2. Contexto en México de los movimientos propositivos

En México, estos movimientos propositivos se desarrollan desde la época prehispánica impulsados por la Iglesia Católica instaurados por sus propios recursos o dinero de personalidades ricas de ese momento; algunas de estas instituciones, aún se encuentran en funcionamiento como lo es el Nacional Monte de Piedad, antes llamado Monte Pío de las

¹⁰⁹ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

Ánimas, fundado por Pedro Romero de Terreros en 1775; otro ejemplo es el Hospital de Jesús instituido por Hernán Cortés.

Las organizaciones no lucrativas se han hecho presentes a lo largo de la historia en México; en 1968, a partir de la matanza del 2 de octubre en la Plaza de las Tres Culturas, Tlatelolco, socialmente se despertó “una conciencia crítica en la población frente al Estado: el sismo de 1985 deja constancia de los alcances de las acciones solidarias de la sociedad civil, la apertura de los medios de comunicación y el acceso que tienen las organizaciones sociales a la tecnología, les permite externar sus puntos de vista sobre los problemas específicos y en 1994 con el surgimiento de los zapatistas”¹¹⁰

Las redes de organización civil en México en el contexto moderno se pueden describir a partir del impulso de las instituciones internacionales como lo es la intervención de la ONU y el Banco Mundial, para combatir problemas de pobreza y derechos humanos, pues éstos han externado su apoyo a las asociaciones que se conforman para solucionar problemas locales para arreglar un problema global, por lo cual las nombran como organizaciones no gubernamentales (ONGS), sin embargo, muchos han tratado de definir un concepto alternativo para estas como es el caso se esta tesis

La situación de las organizaciones civiles en México ha tenido mucha expectativa, lo cual lo sustenta el registro de organizaciones civiles de la Secretaría de Gobernación, pues en 1994 había 1325 organizaciones civiles u ONGS en todo el país, comprendiendo entre ellas a organizaciones de asistencia, promoción social, vivienda, derechos humanos, democracia, asesoría legal, mujeres, indígenas, migrantes, refugiados, ecología, colegios de profesionistas, cámaras empresariales, cultura, frentes y organizaciones populares, instituciones de investigación y formación, de información procesada y publicaciones, y de organismos internacionales de apoyo a la promoción social.¹¹¹

¹¹⁰ Giovanna Mazzoti

¹¹¹ http://vinculando.org/sociedadcivil/abriendo_veredas/26_ong_ocpd.html

Actualmente, dichas organizaciones civiles se encuentran registradas dentro del directorio de la Dirección General de Desarrollo Político de Secretaría de Gobernación, 1325 localizadas en el Distrito Federal y otras 93 registradas en el Estado de México.¹¹²

En el directorio Web del gobierno mexicano se registran 96 organizaciones civiles, enlistadas a continuación:

- Anticorrupción (4)
- Educación (9)
- Medio Ambiente (17)
- Niños y Jóvenes (15)
- Organizaciones Internacionales (8)
- Protección Civil (2)
- Salud (22)
- Sociedades Mexicanas (19)

Lo anterior, significa que la sociedad civil se organiza cada vez más para atender situaciones civiles formando así redes sociales e incluso también dentro del ciberespacio.

En este estudio, se abordará uno de estos casos en el siguiente capítulo por lo cual, dentro de éste, se continuará desarrollando el concepto, articulación y formas de los movimientos propositivos.

¹¹² <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/28/pr/pr32.pdf> 10/04/2009

3.3 La Red como articulación de los movimientos propositivos

Estas organizaciones se basan en los sistemas comunicativos para el logro de sus objetivos; por esta dinámica de red, se pueden ver desde la perspectiva de la comunicación organizacional. A partir del análisis sociocultural, desarrollan sus objetivos, basados en el cambio de la opinión pública acerca de temas de interés global y utilizan las herramientas del medio para la gestión de estrategias para su cumplimiento.

Como se ha mencionado, este tipo de organizaciones surgen a partir de la necesidad de atender algún problema social descuidado por las políticas de Estado; se han notado más a partir del desarrollo del sistema global, sin embargo han tomado los recursos proporcionados por este para su beneficio, como es el uso de redes comunicacionales y el uso de las Tecnología de Información y Comunicación (TIC).

“Estos movimientos no sólo proponen nuevos discursos y valores- en tanto a la histórica reivindicación por la igualdad socioeconómica añaden la que rescata la diversidad sociocultural- sino también nuevas formas de organización y actuación reivindicando la autonomía e identidad, la descentralización y participación, las relaciones horizontales y respecto a las diferencias en oposición a la manipulación al control, la dependencia, las jerarquías, la regulación y la burocratización. Es en el manejo de estos replanteamientos que comienza a pernear la lógica de redes”¹¹³

Como bien lo menciona Manuel Castells, la nueva morfología social se desarrolla a partir de redes, ya que ésta proporciona la dinámica necesaria para desarrollar claves de dominación por lo tanto efectuara cambios en la estructura social en la forma de operar en todos los sectores de la sociedad a niveles culturales, económicos, políticos y sociales. “Cada red define sus emplazamientos según las funciones y jerarquía de cada uno y las características del producto o servicio que va a procesarse en ella”¹¹⁴.

¹¹³ <http://www.alainet.org/publica/msred/ip-c2v2.html> 30/05/2007 15:00 hrs.

¹¹⁴ Manuel Castells. **Era de la Información**, Pág. 448.

A partir de la dinámica de redes, podemos ver cómo operan estas organizaciones, denominadas, propositivas, en este trabajo; todas ellas comenzaron formando unidades locales que atendían los problemas referentes a sus comunidades, sin embargo, las redes sociales afines logran desarrollarse de manera local a global.

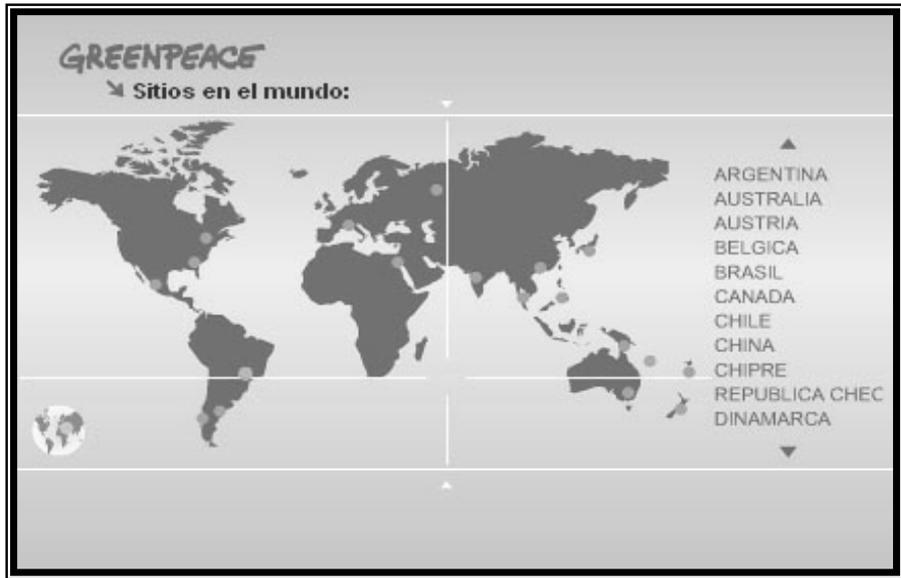
Tal es el ejemplo de Oxfam, desarrollando a partir de la unión de un grupo de organizaciones no gubernamentales independientes, con semejanzas en sus objetivos, desarrollando así alianzas estratégicas para lograr un mayor impacto en la lucha por reducir la pobreza.

“Las trece organizaciones donde Oxfam tienen sus sedes son: Australia, Bélgica, Canadá, Quebec, Alemania, Gran Bretaña, Francia, Hong Kong, Irlanda, Países Bajos, Nueva Zelanda, España y los Estados Unidos de América. El secretariado de Oxfam Internacional tiene su sede en Oxford, Reino Unido y esta oficina coordina las oficinas de incidencia política de Washington DC, Nueva York, Bruselas y Ginebra”.¹¹⁵

Lo mismo sucede con Greenpeace, tiene representatividad en diferentes países del globo como a continuación se puede observar.



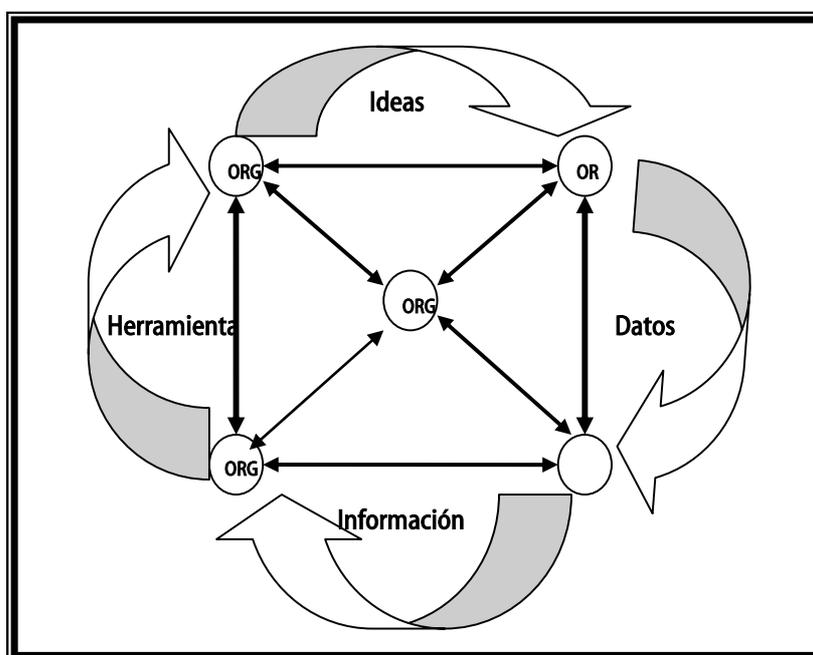
¹¹⁵ <http://www.oxfam.org>. 15/04/2007 9:40 hrs.



“El papel de Greenpeace es sumamente relevante en todas las regiones del mundo. No solamente actúa en el tercer mundo sino en todas las regiones del planeta y la mayor parte de los terrenos y aspectos que enfrenta conducen a una amplia red de dimensiones que van más allá del ecologismo como disciplina pura, que muestran la urdimbre política, económica, desgastante o caciquil que va perjudicando la conservación del planeta por razones políticas, por razones económicas. Es una organización fundamental. Carlos Montemayor, escritor”¹¹⁶

Así, como lo describe Carlos Montemayor, es la perspectiva desde la cual trabajan estas organizaciones, entretejen redes sociales para desarrollar fuertes alianzas las cuales sirvan para lograr los objetivos, aprovechan la nueva modalidad social. La red ayuda articular nuevos nodos por la interactividad de los flujos de información a pasar los datos, ideas y herramientas para construir planes de acción. “Por flujo se entiende las secuencias de intercambio e interacción determinados, repetitivos y programables entre las posiciones físicamente inconexos que mantiene los actores sociales.”¹¹⁷

Bidireccionalidad de flujos de Información ¹¹⁸



¹¹⁶ www.greenpeace.org, 15/04/2007 9:30 hrs.

¹¹⁷ Manuel Castells, *Era de la información*, Pág. 445.

¹¹⁸ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

La función de los flujos va encaminada a la facilidad para la conexión de las redes, sin embargo, estos flujos sí obedecen a estructuras y características bien definidas en cuestión social y cultural, por lo cual son el modo más viable para enfocar acciones determinadas, como lo realizan estas organizaciones.

Otro ejemplo de la formación de las redes de organización social, es el caso de Amnistía Internacional, que actúa de forma global a través de sus redes de trabajo; su estructura se desarrolla de la siguiente forma:

- En el ámbito local, los miembros de Amnistía Internacional se organizan en Grupos de trabajo de cinco o más personas.
- En el ámbito nacional, las Secciones se ocupan de desarrollar, apoyar y coordinar el trabajo de los miembros y grupos.
- A nivel mundial, el Secretariado Internacional, con sede en Londres, se encarga de desarrollar y respaldar el trabajo de miembros, Grupos y Secciones. Desde allí se coordina el trabajo de investigación de violaciones de los derechos humanos y se pone en marcha la mayoría de las actividades desarrolladas por los miembros de todo el mundo¹¹⁹.

De esta forma, a partir de las redes, Amnistía Internacional, permite expandirse a nuevas unidades o mantenerse en equilibrio sustentable. Cada nodo representa una unidad y cada unidad puede retroalimentar a los compañeros.

La dinámica de red se caracteriza por tres aspectos, tener un objetivo para organizarse; ser ágil, lo cual se determina con su dinámica no burocrática siendo así un sistema abierto.

Situándonos en esta dinámica de redes, la sociedad civil las aprovecha, desarrollando proyectos y elaborando propuestas de ámbito económico, político y burocrático, para

¹¹⁹ <http://www.amnistiainternacional.org,25/07/2007>.

reestructurar al sistema dominante con la finalidad de dar un mejor bienestar a la comunidad en general.

Fernando Mires clasifica a las redes en dos:

- **Redes de identificación:** se constituyen por sujetos a quienes les han ocurrido situaciones similares que han sido afectados directamente; por esto, necesitan buscar una solución alterna a su problema.
- **Redes de correspondencia:** son individuos que no han sido afectados directamente sin embargo sienten, la necesidad de ayudar a dar solución a los diversos problemas globales.

Los individuos pertenecientes en las organizaciones se sitúan dentro de ambas clasificaciones, la misma estructura abierta les permite a los individuos congeniar ideas desarrollando así planes de acción en conjunto.

Por otro lado, se crea un híbrido cultural al intercambiar información con todas las organizaciones ubicadas en distintos puntos del globo. Consideran a la comunicación como una herramienta de suma importancia para el desarrollo de planes para el logro de objetivos; así, al contar con información desde las diferentes perspectivas, se puede desarrollar planes a niveles globales facilitados por la formación de redes.

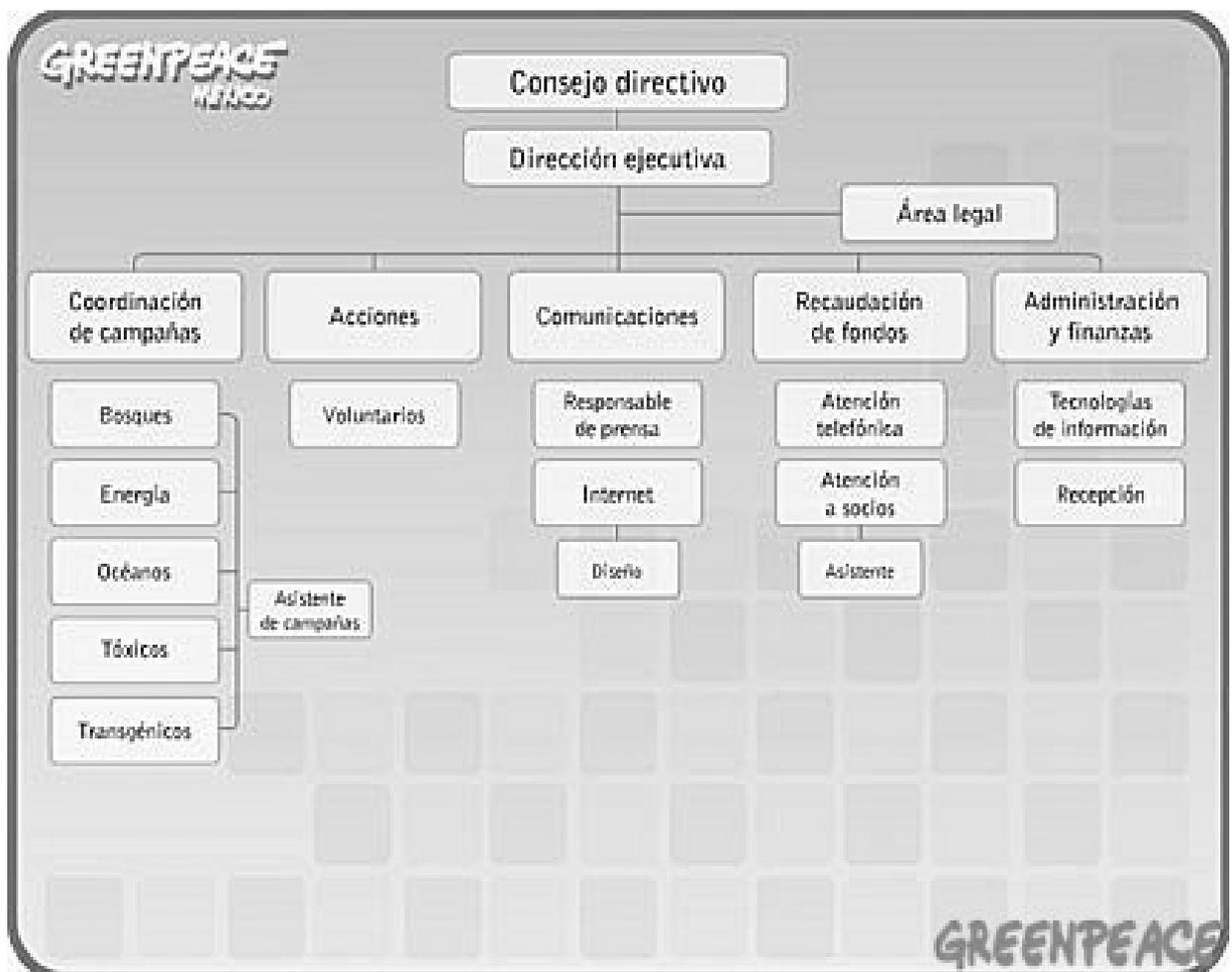
Este tipo de organizaciones se ha dado cuenta de las ventajas de organizarse por medio de redes, como lo expresa Reichman, “ningún movimiento surge sin ciertas estructuras de comunicación que permitan poner en común percepciones, definir colectivamente los problemas y sopesar cursos alternativos de acción”¹²⁰.

¹²⁰ Reichman J. Fernández, *op. cit.*, Pág. 91.

La utilización de los medios de comunicación ha sido parte fundamental para lograr trastocar las fronteras, introduciendo esta cultura del consumo en las comunidades, provocando cambios en las sociedades, por lo tanto se han hecho híbridos sociales.

Las organizaciones propositivas, vistas desde la comunicación organizacional, son organizaciones informales, por sus procesos intergrupales no se guían por estructuras muy sólidas, pero se vuelven formales por consenso para presentarse ante los públicos externos, esto es, deciden formarse a partir de un descontento social, como los estudios de caso manejados dentro de esta investigación, sin embargo se organizan por consenso para poder tomar lugar dentro del sistema social.

El siguiente organigrama es una muestra de cómo forman sus estructuras formales.



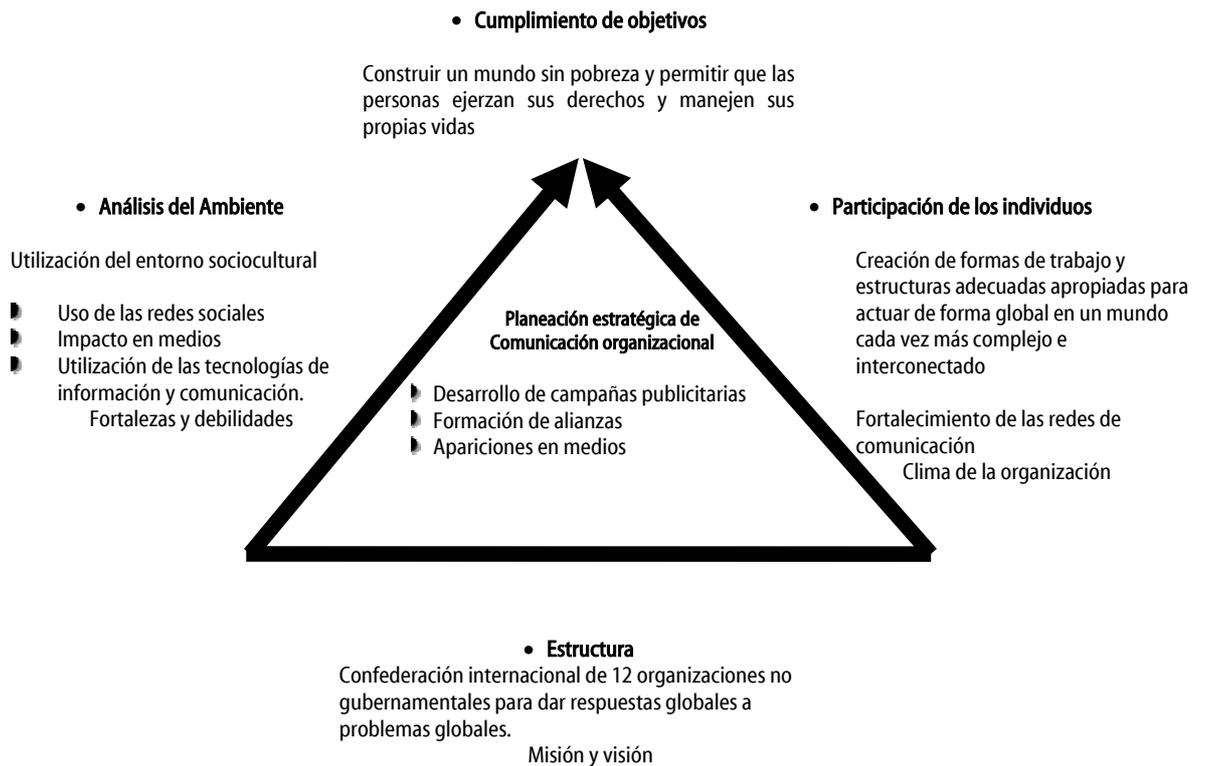
Este tipo de organizaciones abren nuevas posibilidades de comunicación a partir del análisis del entorno y su movilización de recursos. La morfología social ha cambiado, ahora se desarrolla y se mueven a través de redes sociales; este tipo de redes sociales utiliza la comunicación transversal, diferenciada por su funcionamiento descentralizado y su horizontalidad al comunicar, conscientes de la importancia para su logro de objetivos, al mantener informados a todos los miembros de la organización; sin embargo, no sólo es comunicar a través de las redes, se necesitan desarrollar planes estratégicos para hacer una dinámica y gestionar el cambio.

Por estas características, en el siguiente apartado se analizarán estos movimientos propositivos desde la óptica de la comunicación organizacional.

3.4 Movimientos propositivos: Arquetipo para la comunicación organizacional

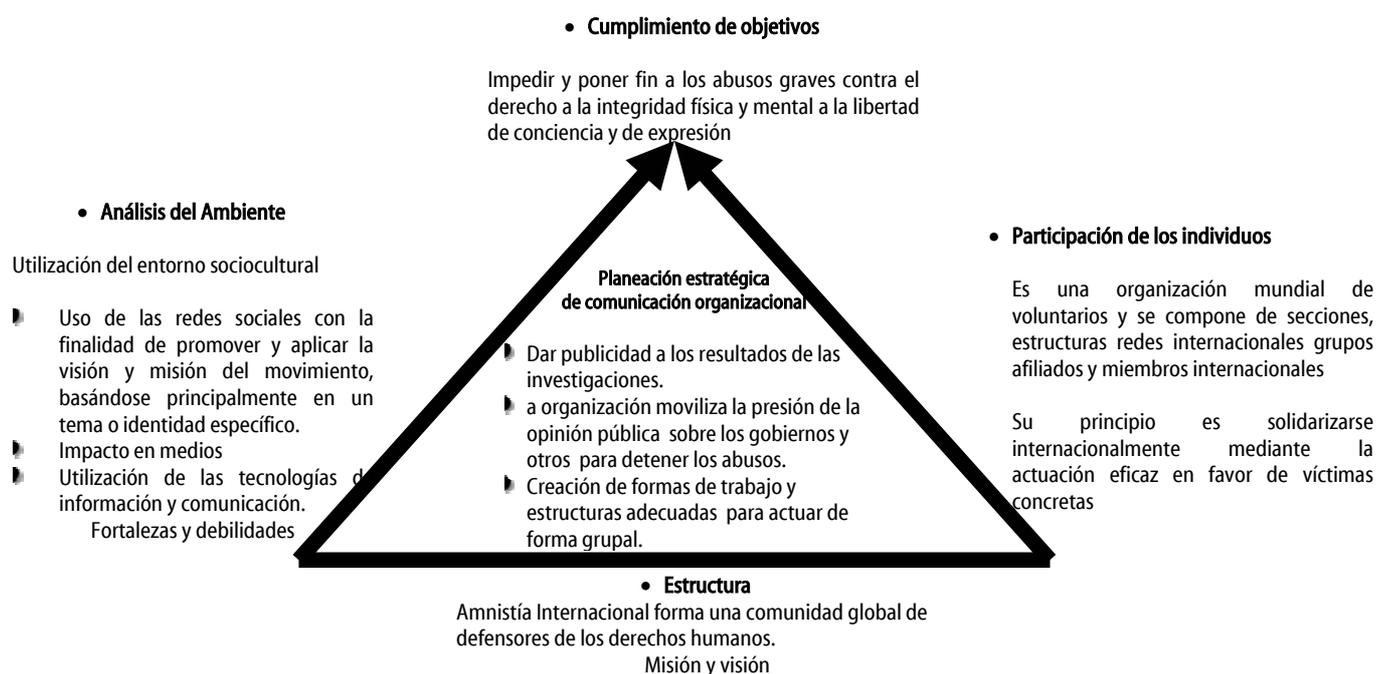
Los movimientos propositivos toman como sistema nervioso la comunicación, sus estrategias utilizadas para el cumplimiento de sus objetivos son comunicativas como se aprecia en los siguientes modelos de comunicación dinámica integral.

Modelo de una comunicación dinámica integral de Oxfam¹²¹



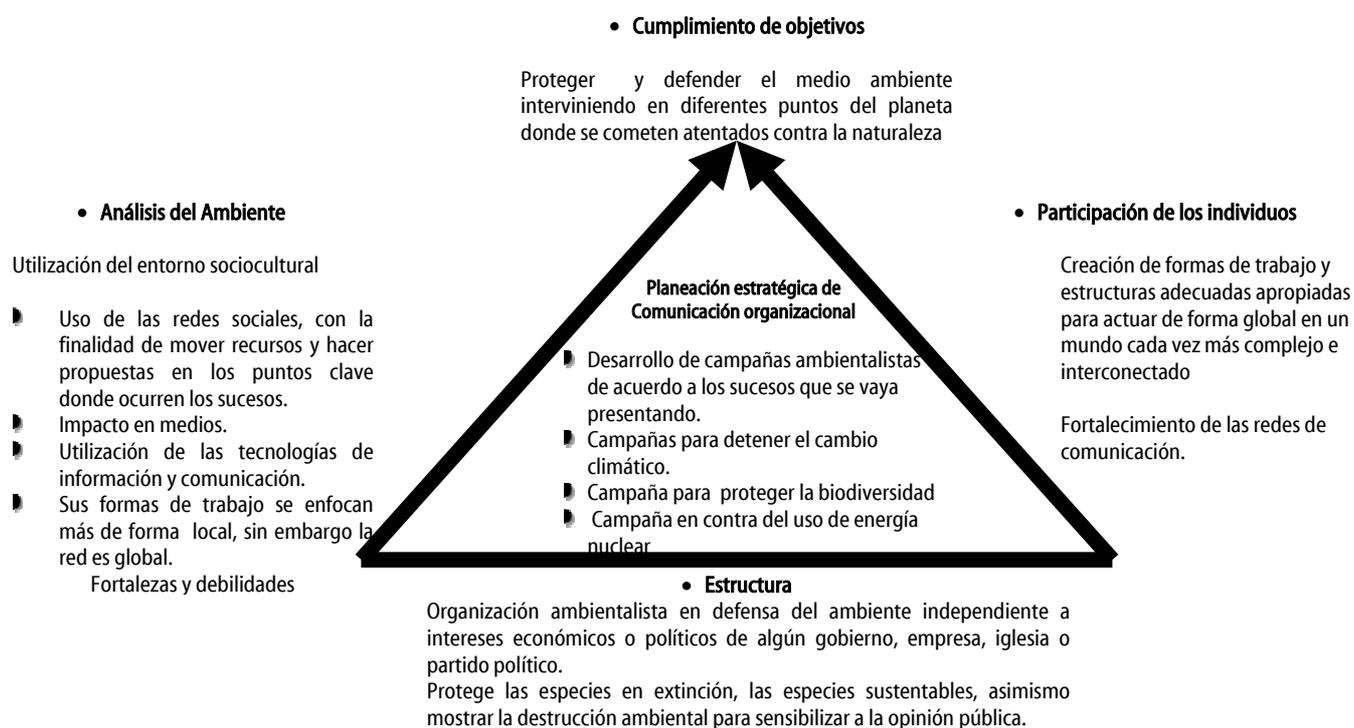
¹²¹ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Modelo de una comunicación dinámica integral de Amnistía Internacional¹²²



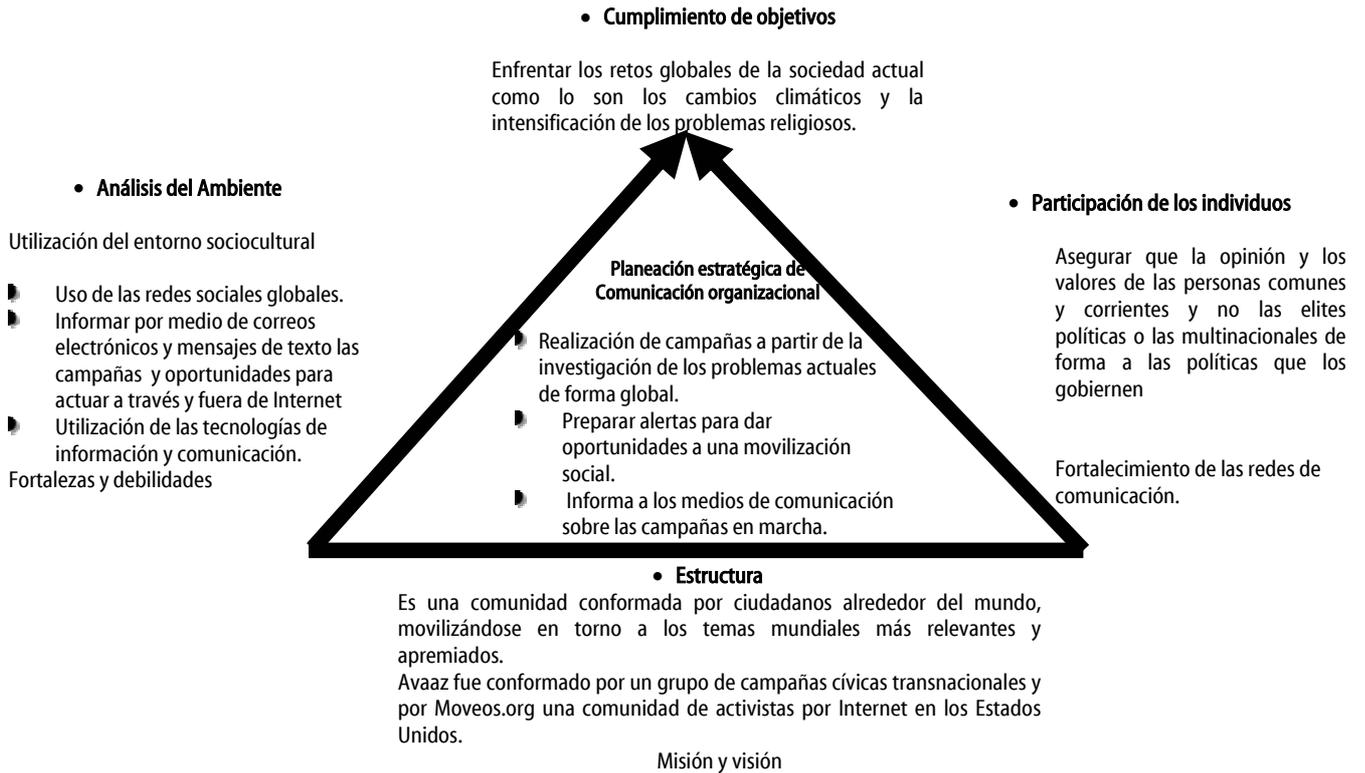
¹²² Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Modelo de una comunicación dinámica integral de Greenpeace¹²³



¹²³ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Modelo de una comunicación dinámica integral de Avaaz¹²⁴



¹²⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Por surgir de un entorno global, los movimientos propositivos ponen especial atención a su entorno, favoreciéndose de las oportunidades proporcionadas como es el uso de las TIC y por tratarse de organizaciones donde los integrantes se encuentran identificados con la misión y visión se crea una legitimación de las acciones implementadas para el cumplimiento de objetivos.

A raíz de estas premisas, se escogió como arquetipos a los movimientos propositivos, porque cumplen con los requisitos ideales de una buena implementación de la comunicación organizacional, pues encaminan a su plan estratégico un plan comunicativo como son la realización de campañas publicitarias, campañas propagandísticas y la utilización de manejo de medios, que se desarrollarán en apartados posteriores.

Su estructura en red, proporcionada por el medio social instalada en el ciberespacio, facilita el flujo de comunicación; como se explicó anteriormente, existe la bidireccionalidad de flujos de Información, nutriendo a todo el movimiento para la optimización de recursos y con ellos el logro de objetivos.

En el análisis de estas organizaciones, se puede observar cómo las “estructuras emergentes son flexibles para adaptarse a sistemas basados en la información y la supertecnología para la producción de mercancías y servicios hechos a la medida del consumidor”.¹²⁵ En estos casos, no se habla claramente de mercancías, sino de logros de objetivos, que favorecen a ciertos grupos sociales vulnerables.

El desarrollo de estrategias de este tipo de organizaciones se encuentran en caminadas al análisis cultural y evaluación del entorno, permitiéndoles desarrollar tácticas eficaces, adecuándolas a la identidad para hacerlas cumplir.

A mediados de los noventa, los gobiernos y las empresas de todo el mundo ya estaban en la frenética carrera para situarse en una posición conveniente y establecer el nuevo sistema,

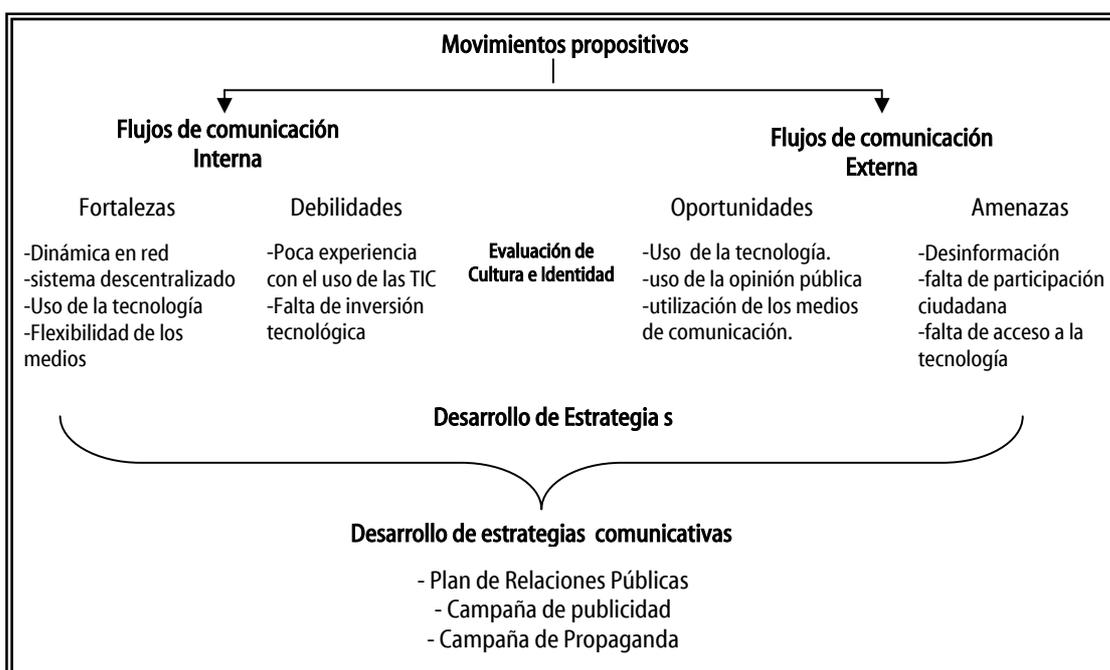
¹²⁵ Carlos Vilas, *op. cit.*, Pág. 36.

considerando una herramienta de poder, fuente potencial de enormes beneficios y símbolo de la hipermodernidad; por lo tanto, fue utilizada por los movimientos convergentes a su beneficio.¹²⁶

Desde esta perspectiva, los movimientos propositivos utilizan prácticas de la comunicación organizacional, orientando sus objetivos de acuerdo a su misión y visión, así como la forma de desarrollar dinámicas comunicacionales en sus planes estratégicos operativos.

Para completar el análisis comunicativo organizacional de estos movimientos, se desarrollara la planeación estratégica para identificar y analizar detalladamente su uso de estrategias comunicativas.

Esquema de evaluación organizacional de los movimientos propositivos ¹²⁷



¹²⁶ Manuel Castells, *Era de la Información*, Pág. 397.

¹²⁷ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

3.5 Planeación estratégica de comunicación organizacional por los movimientos propositivos

Una vez desarrollado el concepto de los movimientos propositivos y considerándolos como modelos para la comunicación organizacional por su alineación de objetivos a una dinámica de comunicación, en este apartado se explicará su plan estratégico con la finalidad de conocer cuáles son las nuevas estrategias comunicativas planteadas por las organizaciones propositivas.

“La planificación organizativa significa que las tácticas de estas organizaciones no se basan en estallidos emocionales de ciudadanos frustrados sino en cálculos conscientes sobre cómo alcanzar mejor los objetivos de la organización”¹²⁸utilizado todas sus alternativas.

Se desplegará paso por paso el plan estratégico, conociendo sus objetivos, haciendo un análisis de sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), proporcionando algunas ideas al diseño de estrategias y tácticas utilizadas por estos movimientos propositivos.

3.5.1 Desarrollo de objetivos

Los objetivos proporcionados son el conjunto de las organizaciones tomadas como objeto de estudio para este trabajo.

A partir del conocimiento de la misión, desarrollaron la visión, hecha a partir de la prospectiva de la organización; dentro del plan, se tiene inteligible los objetivos, los cuales son:

- Construir un mundo sin pobreza y permitir que las personas ejerzan sus derechos y manejen sus propias vidas.

¹²⁸ Reichman J. Fernández. , *op. cit.*, Pág. 24

- Enfrentar los retos globales de la sociedad actual como lo son los cambios climáticos y la intensificación de los problemas religiosos.
- Proteger y defender el medio ambiente, interviniendo en diferentes puntos del planeta, donde se cometen atentados contra la naturaleza.
- Impedir y poner fin a los abusos graves contra el derecho a la integridad física y mental a la libertad de conciencia y de expresión.

3.5.2 Diagnóstico.

Determina cuáles son las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, análisis de la comunicación interna y externa.

Se hizo un análisis FODA, arrojando los siguientes datos, para determinar las estrategias adecuadas.

Dentro de las *fortalezas* encontradas fueron:

- Los movimientos ocupan la opinión pública como arma, con lo cual hacen cumplir sus objetivos a través de cada campaña acerca de una problemática a resolver.
- Dinámicas organizativas, esto es, sus propuestas a través de campañas dirigidas por medio de correo electrónico, facilitando la respuesta por parte de sus públicos.

Las *oportunidades* son las siguientes:

- Sistema Descentralizado, horizontal y abierto; el tener descentralizado la organización da más oportunidad de interacción entre los individuos a no sentirse parte de una jerarquía.

Flexibilidad en las modalidades y aplicaciones; gracias a la red, se puede tener acceso a la información y se puede dar una respuesta en un segundo, agilizando la acción, además de ser muy práctica y la comodidad es parte fundamental para la participación de sus adeptos.

Las principales *debilidades* encontradas fueron:

- Falta de información a todas las comunidades afectadas, el alcance del Internet aún se encuentra limitada para una gran parte de la población, sin embargo, se deberá trabajar con el segmento quienes cuentan con el instrumento.
- Abarcar problemas globales exige la formación de redes sociales fuertes, de no serlo perderían el sentido de uso; para evitar la falta de objetivo, se necesita fomentar entre los integrantes de la organización una identidad para que se sientan integrados, pertenecientes así como encontrarse totalmente convencidos de los objetivos de la organización para poder cumplir con el propósito de la organización.
- Falta de participación ciudadana

Las *amenazas* encontradas son:

- La falta de acceso a la tecnología a grupos sociales de escasos recursos económicos son los que principalmente necesitan de la ayuda.
- Poca difusión, tal vez las campañas no tengan la difusión suficiente para ser retransmitidas y así formar una red social fuerte.

Análisis FODA de los movimientos propositivos

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Propuestas benéficas a la humanidad y al ambiente. ▪ Utilización de la Red Social. ▪ Grupos de trabajo en torno a redes. ▪ Entidades con intereses afines. ▪ Movimientos los cuales ocupan la opinión pública como arma. ▪ Buenos flujos de información. ▪ Dinámicas organizativas. ▪ Motivación de las organizaciones. ▪ Comunicación continua ▪ Capacidad y ordenamiento de información. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de información a todas las comunidades afectadas. ▪ La estructura tan flexible puede provocar dispersión en los puntos centrales ▪ Abarcar problemas globales exige la formación de redes sociales fuertes, de no serlo perderían el sentido de uso ▪ Experiencia con el uso de las TIC ▪ Falta de inversión tecnológica ▪ Falta de participación ciudadana
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema Descentralizado, horizontal y abierto ▪ Utilización de las red Electrónica ▪ Escenarios globales ▪ Utilización de Internet (agilidad, flujos, amplitud y velocidad) ▪ Dinámicas en red ▪ Resultado de dinámicas sociales, surge la necesidad de comunicación más ágil ▪ Reducir costos de comunicación (fax, teléfono...etc.) ▪ Todos somos cibernautas. ▪ Incremento de relaciones internacionales ▪ Flexibilidad en las modalidades y aplicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La falta de acceso a la tecnología a grupos sociales ▪ Poca difusión ▪ Falta de manejo de las TIC ▪ Costo de personal técnico para el mantenimiento de la red interna ▪ Fondos insuficientes

El análisis anterior muestra más oportunidades y fortalezas que amenazas y debilidades por lo cual sugiere un uso de las aplicaciones tecnológicas en el diseño de la estrategia y, de acuerdo al objetivo paralelo de comunicación, se necesita informar a los integrantes y prospectos acerca de los planes de la organización. En el siguiente punto se enfocara al diseño de estrategias.

3.5.3 Diseño de estrategias comunicativas

De acuerdo a los resultados arrojados por el diagnóstico, las estrategias a seguir son:

- Desarrollo de un plan de relaciones públicas, teniendo como principal objetivo el manejo de medios para fortalecer la imagen y postura de los movimientos.
- Desarrollo de una campaña propagandística, a fin de informar y concienciar a la sociedad acerca de las problemáticas globales.
- Una campaña de difusión para darse a conocer, así como informar acerca de los medios con los cuales cuenta la organización para actuar.

Las tácticas utilizadas por estas organizaciones, es la utilización de los medios electrónicos de comunicación; asimismo hacen una cadena productiva a través de la distribución de recursos y la eficiencia en el uso de los medios como es el caso de Internet, su primordial canal de interacción con los adeptos a ellas.

3.5.3.1 Aplicación de tácticas

- Redacción y preparación de materiales y contacto periódico con diferentes medios de comunicación para la difusión de esas actividades en los medios.
- Organización de ruedas de prensa, impacto en medios.
- Asistencia y apoyo en tareas de formación y coordinación de las redes y comités.
- Coordinación con otras ONGs con quienes se llevan a cabo acciones conjuntas de campañas.
- Asistencia y apoyo en temas de coordinación con la prensa Internacional.
- Manifestaciones masivas.
- Relación con el gobierno e Iniciativa privada.
- Boicots, se anima a las personas a boicotear a una empresa por considerarla nociva para la sociedad.
- Litigios. Demandas con la finalidad de ser convertidas en normas por la jurisprudencia.
- Uso de los medios electrónicos: Internet, correo electrónico y páginas Web.

3.5.1.1 Ejemplos visuales de las tácticas utilizadas por los movimientos propositivos



Impacto en medios de comunicación¹²⁹

Dinero al escusado, dice Greenpeace

(25-Mar-2008).-

RÍO DE JANEIRO. El Gobierno de Brasil decidió construir el complejo nuclear Angra 3. Una veintena de activistas de Greenpeace se manifestaron ayer con retretes en las puertas de Elektrobras como rechazo a la medida. "La energía nuclear es la alternativa más cara, sucia y peligrosa. Al invertir en esa tecnología, el Gobierno de Brasil transforma el dinero público en residuos radioactivos", afirmó Beatriz Carvalho, responsable de la campaña anti-nuclear de Greenpeace.

¹²⁹ Diario Reforma [en línea], Dirección URL: <http://www.reforma.com>, 25 de marzo de 2008.

Manifestaciones

Grupos locales de Greenpeace México ¹³⁰



Los grupos locales de Greenpeace México en el Día de Acción Global convocado por Greenpeace Internacional en el marco de las reuniones de Bali contra el cambio climático.

Además entregaron la "Guía de Ahorro de energía" en la que hay consejos sencillos para reducir el consumo de energía desde la vida cotidiana.



Manifestación de Oxfam en contra de la pobreza¹³¹

¹³⁰ <http://www.greenpeace.org/mexico/news/mexico-act-a-contra-el-cambio?content%5ftype%5fkey=image&mode=related%2ditemswww.greenpeace>, 8/10/2008. 15:00hrs.

¹³¹ <http://www.oxfam.org>, 15/04/2007 9:40 hrs.

Uso de los medios electrónicos: Internet, correo electrónico y páginas Web

* La creación de las Páginas Web

Éstas se encuentran desarrolladas bajo un concepto innovador e interactivo, pues su libertad en presentar cualquier información permite dar un amplio contenido de datos, noticias y hechos acerca de los problemas globales y lo más importante, informar sobre las campañas de las organizaciones propositivas que buscan darles solución algunos problemas globales.

La dinámica brindada por el Internet es igualmente amplia, podemos ver dentro de las páginas, visitas virtuales, juegos interactivos, un sin número de imágenes, las cuales hacen denuncia de lo acontecido en cualquier parte del globo; hemos de recordar, nos encontramos en una era muy visual, por lo cual el uso de las imágenes es fundamental para la veracidad de los hechos.¹³²

Ejemplo de Información en las páginas Web¹³³



¹³² Conferencia **Participación Social y Nuevas Tecnologías: Cibervoluntariado y Ciberactivismo** en la Universidad de Almería, España. Mayo 2005.

¹³³ Ibidem.

* El envío masivo de correos electrónicos

Las organizaciones propositivas esencialmente basan las acciones a través del envío masivo de correos electrónicos a su amplia base de datos, almacenada por los visitantes a la página Web; dentro del portal de Internet, cada persona puede registrarse para recibir información acerca de los distintos efectos globales, así mismo registrar su correo electrónico para participar en las denominadas ciberacciones.

La ciberacción es la acción de un envío masivo de correos electrónicos a un actor social influyente, puede ser un gobernador, presidente o embajador a quienes la opinión pública pueda solicitarles la solución de algún problema; la detención de alguna acción que dañe el medio ambiente, etc., con la finalidad de hacer un cambio fundamental para la mejora de la sociedad.

Las ciberacciones fomentan la ampliación de la red del movimiento social, pues alienta a los miembros hacer de conocimiento a personas ajenas a las organizaciones a participar y contribuir a la causa del bienestar común.

Correo electrónico enviado por la organización Avaaz¹³⁴

Cambio climático: juego sucio en Bali
Paul Hilder - Avaaz.org <avaaz@avaaz.org> Añadir
Para: "vero.ugilde@yahoo.com.mx" <vero.ugilde@yahoo.com.mx>
Encabezado estándar
miércoles, 12 de diciembre, 2007 18:22

Amig@s,

Les escribimos desde la cumbre de la ONU sobre el clima en Bali. Las negociaciones se han estancado. Hasta ahora, parecía que los países desarrollados estaban dispuestos a acceder a las reducciones de emisiones post-Kyoto para el 2020—un paso que los científicos advierten es necesario para prevenir los peores estragos del calentamiento global. Pero hoy tuvimos malas noticias: **EEUU, Canadá y Japón han rechazado cualquier mención a tales reducciones** y los demás países, temerosos de contradecir a tan poderosos 'gigantes económicos', empiezan a titubear. El resto del mundo espera ansiosamente un texto final, los delegados negocian sin parar—y cada rato, el

No podemos permitir que tres países chantajearn al mundo entero. Estamos lanzando una **petición global de emergencia** antes de que la cumbre acabe dentro de 48 horas. Vamos a comunicar el mensaje de todas las maneras posibles—un anuncio a toda página en periódicos de la región, diferentes montajes y espectáculos mediantes en las puertas de la conferencia, y hablando directamente con los delegados. Nuestra campaña alentará a delgados que dudan si enfrentarse a países tan influyentes. Por favor, invierte un momento de tu tiempo ahora mismo para **firmar la nueva petición global de emergencia**, y cuéntaselo a tus amigos a través de este enlace:

http://www.avaaz.org/es/bali_emergency/14.php

EEUU, Japón y Canadá están saboteando las negociaciones en Bali, firma abajo para salvar las negociaciones:

"Pedimos urgentemente a los EEUU, Canadá y Japón que dejen de oponerse a un acuerdo global con objetivos vinculantes de reducción de emisiones contaminantes para mundo que no se conforme con menos."

Firma aquí!

Firma aquí!

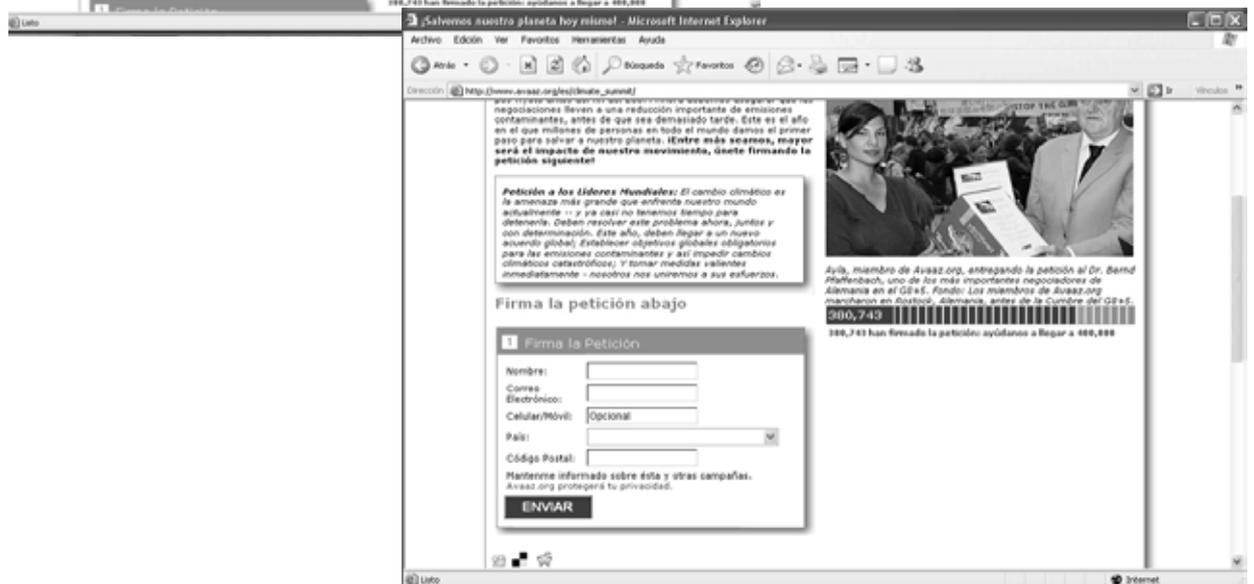
¹³⁴ www.avaaz.org, 12/12/2007 18:00 hrs.

- La firma electrónica de peticiones

La firma de petición se encuentra en las páginas Web de las organizaciones, se puede identificar como cartas o peticiones electrónicas, donde el contenido del mensaje es muy explícito. En él, solicitan a determinado actor social influyente a ejercer solución alguna problemática.

A continuación, se pondrán algunos ejemplos de estas cartas.

135



136

¹³⁵<http://www.avaaz.org/es/> 12/12/2007 18:00 hrs.

3.5.3 Evaluación de la aplicación de estrategias

Hasta ahora, se conocen las estrategias comunicativas utilizadas por los movimientos propositivos; ellos evalúan y determinan cuáles han sido de mayor impacto. El uso de la tecnología se ha convertido en un factor determinante en el cumplimiento de las acciones por su rapidez, fácil acceso y su dimensión geográfica.

Los movimientos propositivos cuentan con muchas tácticas orientadas hacia los medios de comunicación, para difundir e informar sus objetivos a la población. La herramienta de mayor uso es el Internet que puede ser utilizado de diferentes formas como se explicó desde un portal Web hasta cartas electrónicas solicitando apoyo para alguna causa social.

3.6 La red: mejor estrategia de los movimientos propositivos

Hoy, tenemos claro, nos encontramos en una era de la información y el conocimiento, las organizaciones capaces de hacer un uso estratégico desarrollando las mejores prácticas para gestionar este nuevo paradigma serán las preponderantes en este entorno social. Como bien lo dice Manuel Castells, "Las estructuras sociales emergentes por distintos ámbitos de la actividad y experiencia humanas conduce a una conclusión general: como tendencia histórica, las funciones y los procesos dominantes en la era de la información cada vez se organizan más en torno a redes."¹³⁷

Las organizaciones modernas dan al conocimiento un lugar primordial y lo aplican a su favor, desarrollando tácticas a partir de la división de la información y el análisis de sus recursos, como lo menciona Reichman; la movilización de éstos, son indispensables para el diseño de estrategias.

¹³⁶ Ibidem.

¹³⁷ Castells, **Era de la Información**, Pág. 505.

Las nuevas tecnologías de la información están integrando al mundo en redes globales de instrumentalización. La comunicación a través del ordenador engendra un vasto despliegue de comunidades virtuales. La organización en red es la mejor manera para “La innovación tecnológica y el cambio organizativo, centrados en la flexibilidad y la adaptabilidad, fueron absolutamente cruciales para determinar la velocidad y la eficacia de la reestructuración”¹³⁸.

La transformación cultural de las organizaciones emergentes se ve a partir de la adopción de las nuevas tecnologías de información y comunicación; su evolución ha favorecido primordialmente los aspectos comunicativos; las distancias se acortan, el dinamismo proporcionado por la estructura en red ha incrementado la conectividad entre sociedades para unirse a una misma causa y fortalecer el movimiento.

Sin duda, la herramienta líder en cuestión a tecnologías de la información, que ha causado mayor impacto es el Internet; gracias a esta herramienta, es posible crear espacios, lugares, organizaciones y hasta vidas virtuales.

Esta herramienta, utilizada de una forma adecuada, es la solución a los problemas de comunicación por el espacio geográfico e inclusive de costos es más económica que cualquier otro medio electrónico como el teléfono o el fax, por ésto es utilizado por estas organizaciones, debido al espacio y expresión libre. Si cuentan con una página de Internet, tienen la posibilidad de utilizarla como mejor les convenga.

Internet es utilizado como medio para la acción y la organización de los movimientos sociales, pues “son movimientos que dependen, sobre todo de la capacidad de comunicación y de la capacidad de llevar a cabo un reclutamiento de apoyos y estímulos mediante esa llamada a los valores, principios y a las ideas”;¹³⁹ por esto mismo, a través de la red digital, un movimiento local puede convertirse en global en cuestión de horas o quizás minutos, por la ideología sembrada en estas organizaciones.

¹³⁸ *Ibidem*, Pág. 48.

¹³⁹ <http://www.uoc.es/web/esp/articles/castells/print.htm> 23/03/2007 13.00 hrs.

La posibilidad ofrecida por el Internet comenzando por la lógica de redes y terminando en la creación de cibercomunidades¹⁴⁰ es ilimitada como lo es Greenpeace o Avaaz quienes actúan como en la vida fuera del ciberespacio, estas organizaciones son la pauta para el desarrollo y el fortalecimiento de los movimientos sociales, por medio de sus páginas Web alientan a las personas de su comunidad como a nuevos adeptos a formar parte de sus acciones.

La evolución social nos ha llevado hacia las redes, es inevitable formamos parte de ella “la sociedad red” como la denomina Manuel Castells; por lo tanto, los usos y costumbres han cambiado como parte de la estrategia del hombre por adaptarse a su medio ambiente adoptando nuevos recursos y creando una evolución cultural, pues una vez aceptado por los miembros de la sociedad se crean los usos y costumbres fortaleciendo así esta nueva cultura.

Los protagonistas de esta evolución cultural somos nosotros mismos, hemos adoptado esta herramienta tecnológica a nuestras vidas acoplándolas, con nuestros quehaceres cotidianos, esto es como hace referencia Castells en su libro **La Sociedad Red** “la comunicación mediatiza y difunde la cultura a las mismas culturas, esto es nuestros sistemas de creencias y códigos productos a lo largo de la historia, n profundamente transformadas y lo serán más con el tiempo por el nuevo sistema tecnológico”¹⁴¹.

La aceptación de esta cibercultura es la responsable de la fuerza de los movimientos sociales, el poder funciona a través de las redes globales, pues un movimiento local, en cuestión de minutos se puede volver mundial. Tal es el caso de Seattle, cuando en noviembre de 1999, más de 50 mil personas tomó las calles de la ciudad para protestar contra la Ronda del Milenio de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Otro ejemplo, es “el alzamiento indígena del EZLN quien logró con éxito ensayar sus posibilidades para vincular resistencias. Analistas y activistas coinciden en señalar que la

¹⁴⁰ Comunidades las cuales tienen como punto de reunión y discusión sitios en Internet teniendo como medios de comunicación los Chat o el uso del correo electrónico.

¹⁴¹ Manuel Castells, **La sociedad red**, Pág. 361.

primera acción de amplia difusión contra el capitalismo global fue el levantamiento del EZLN contra el Tratado de Libre Comercio de América del Norte¹⁴² por medio de la World Wide Web.

La causa de lo anterior es, Internet se ha convertido en el sistema óseo de la comunicación a nivel mundial, la impermeabilización de la cultura por medio de ésta, los medios de comunicación masiva han dejado de tener pasividad, pues bien lo decía Marshal Mc Luhan público es interactivo y el Internet ha podido desarrollar eso las redes interactivas de los cuales se movilizan las organizaciones.

“El proceso de trabajo cada vez se individualiza más, se desagrega la realización del trabajo y se reintegra su resultado mediante una multiplicidad de tareas interconectadas en emplazamientos diferentes, marcando la entrada en una nueva división del trabajo, basada en los atributos y capacidades de cada trabajador más que en la organización de tareas”¹⁴³.

La estructura en red y la propagación del uso de Internet son los dos principales medios de los movimientos sociales donde han podido desarrollarse, por el dinamismo, la facilidad y libertad además de todo el equipamiento proporcionado por estas nuevas herramientas que refuerzan la introducción de la cultura a la hora de emitir símbolos identificados en el sistema físico en al red. Los individuos asocian los hechos y forman una identidad dentro de ella permitiendo la creación de una comuna dentro de la red como es el caso de blogs y de las organizaciones civiles.

Las organizaciones emergentes, como surgen del cambio social, crecen con la adopción de las nuevas tecnologías de comunicación e información, éstas representan gran parte de su éxito, por su gran dinamismo por su estructura en red. La adopción de estos medios sólo nos deja una pregunta ¿nos encontramos inmersos en una cibercultura?

¹⁴² Guiomar Rovira **Todo comenzó en Seattle** [en línea], Dirección URL: <http://www.geocities.com/fallasdelsistema/antiglobalizacion.html> 04/10/2008 9:13 hrs.

¹⁴³ Manuel Castells, **Era de la Información**, Pág. 507.

3.6.1 Cambio cultural en las organizaciones: cibercultura

La industrialización de la sociedad ha sido la causa por la cual se mantiene una estrecha relación entre el hombre y la máquina; sin hacer excepción a la fecha el uso de las nuevas tecnologías de la Información han propiciado una transformación en los usos y costumbres para simplificar acciones, principalmente en el entorno comunicativo. La era social en la que nos encontramos nos obliga a tener un mayor acceso informacional y comunicacional para no quedar rezagados. Es claro, el Internet es la base tecnológica de la nueva organización social formada a través de redes.¹⁴⁴

La reorganización social, trasladada a las redes informáticas, ha provocado un cambio cultural en las formas de comunicación; se han transformado los modos y escenarios, proporcionando una mayor libertad de expresión no sin antes mencionar el tiempo y espacio donde son utilizados.

De acuerdo al concepto de cultura alcanzado por García Canclini en su libro *Diferentes, Desiguales y desconectados*, la define de la siguiente manera "cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación o de modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social"¹⁴⁵, entendiéndose así que cualquier cambio o evaluación desarrollado dentro de nuestro contexto se identifica como cultura.

El proceso de transformación natural de la sociedad es la causa por la cual se adaptan los nuevos usos y costumbres, provocando la reorganización de su nueva identidad. Actualmente, esto sería la introducción a las tecnologías informativas a la vida cotidiana como lo es la utilización de los microchips, los sistemas satelitales, la introducción de la fibra óptica, reflejados en la introducción de la computadora al hogar, al trabajo, la escuela; el empleo de los teléfonos celulares, el sistema de televisión por satélite, permitiéndonos tener contacto con una infinidad de canales internacionales y el empleo del Internet herramienta

¹⁴⁴ Castells Manuel, *La Galaxia Internet*, Pág. 15.

¹⁴⁵ Nestor García Canclini. , *op. cit.*, Pág. 3 4.

básica para realizar un sin fin de actividades (compra, venta, consulta de información, pagos, etc.), como se ha mencionado en capítulos anteriores.

Los ejemplos son referentes a herramientas comunicativas; de acuerdo al primer capítulo, donde se habla de la comunicación como base de la organización social, el individuo integrante de un grupo social tiene la necesidad de sentirse perteneciente e identificado con los hábitos, modos y costumbres planteados por su entorno.

Aterrizando la anterior premisa al contexto actual, la concepción social a lo largo de los años ha sido una visión global, sin embargo, se ha logrado gracias a los avances tecnológicos, que día a día se transforman para facilitar los medios comunicativos e informativos utilizados por la sociedad trasladando a la misma a las redes cibernéticas, comprobando, que el individuo culturalmente es capaz de transformar las herramientas a su beneficio como fue el caso de Internet el cual lo adapto en diversas funciones con las cuales ahora podemos ver hasta ciudades virtuales.

El uso del correo electrónico, blogs, chats, foros es común para comunicarse, no importando las barreras del tiempo y espacio, lo más importante dentro de este apartado es la forma en la cual se utilizan estas herramientas, como lo menciona Manuel Castells.

El empleo de las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones en las dos últimas décadas han pasado por tres etapas diferenciadas: automatización de las tareas, experimentación de los usos y reconfiguración de las aplicaciones... en la tercera etapa, los usuarios aprendieron tecnología creándola y acabaron reconfigurando las redes y encontrando nuevas aplicaciones¹⁴⁶.

Las nuevas aplicaciones son las infinitas páginas Web, desde la perspectiva educativa como los cursos o diplomados en línea, hasta las negativas como instructivos para armar bombas. Otro ejemplo, es la creación de espacios como los foros o blogs, que se usan para debatir cualquier tema ya sea entre amigos o un grupo de conocidos como es el caso del Hi5 o hasta temas de interés público como lo fue el debate sostenido por la precandidata demócrata

¹⁴⁶ Manuel Castells, **Era de la información**, Pág. 58.

Hillary Clinton con Barack Obama, realizado en el sitio de Internet conocido como YouTube¹⁴⁷, motivando la participación de usuarios de cualquier parte del globo.

Las múltiples movilizaciones impulsadas a través de la computadora, como fue la protesta electrónica contra los sucesos de Tiananmen en China¹⁴⁸ vía las redes informáticas manejadas por los estudiantes chinos del extranjero, fueron una de las manifestaciones más conocidas del potencial de los nuevos mecanismos de comunicación¹⁴⁹.

Otro ejemplo, es el caso de Seattle, Estados Unidos donde tuvo lugar la primera convergencia masiva y global en contra del neoliberalismo, organizada a través de Internet en noviembre de 1999, reuniendo a 50 mil manifestantes protestando contra la reunión de la Organización Mundial del Comercio (OMC). A partir de este suceso, se han formado más manifestaciones en todo el mundo como Washington, Praga, Ginebra, Génova, Toronto, Québec, Buenos Aires, San Pablo, donde los activistas se han organizado a través de las redes informáticas para la creación de acciones globales alternativas a la capitalista.

Estos ejemplos apuntan a una creación de una cibercultura, como lo han definido varios científicos sociales, por lo cual tomaremos una de las concepciones realizadas por Pierre Lévy, quien define como "conjunto de técnicas (materiales e intelectuales), de prácticas, de actitudes, modos de pensamiento y valores que se desenvuelven conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio".¹⁵⁰

Esta premisa confirma la transformación de la sociedad por las nuevas tecnologías, acentuando que la sociedad no cambia en estructura sólo se transforma utilizando y adaptando a su conveniencia las nuevas tecnologías de Información con la finalidad de crear nuevas y mejores formas de actuar y desarrollarse aprovechando la flexibilidad proporcionada por las redes informacionales.

¹⁴⁷ Denominadas como redes sociales conformadas por grupos de personas quienes interactúan por medio de la Internet.

¹⁴⁸ Conocida como la masacre de Tian'anmen (1989) se manifestaban contra el gobierno del Partido Comunista por ser represivo y corrupto por las reformas económica pues la inflación y el desempleo estaban amenazando sus formas de vida.

¹⁴⁹ Gubern Román. *El Eros electrónico*, Pág. 35.

¹⁵⁰ Pierre Lévy, *¿Que es lo virtual?*, Pág. 17.

Los protagonistas de esta evolución social son, sin duda, las personas quienes han encontrado en las redes un espacio de libre expresión, desarrollando así una contracultura de la cual ahora somos testigos con la cibermovilización de las organizaciones. Más adelante, se mostrarán algunos ejemplos más detallados los cuales han tenido resultados exitosos.

No obstante del buen uso de las tecnologías hecho por las organizaciones propositivas, no dejaremos de lado la otra vertiente, utilizada por redes criminales para hacer ciberfraudes por medio de la banca en Internet y, como se mencionó en capítulo anterior, la realización de catálogos de los candidatos a ser secuestrados, un cambio cultural alarmante para la sociedad.

En esta tesis se plantea a *la transformación cultural de las organizaciones por la adopción de las nuevas tecnologías de información, para la creación de estrategias de comunicación organizacional y así tener mayor eficacia en su propósito*. A continuación, se explicará el concepto de las herramientas tecnológicas utilizadas para desarrollar sus estrategias para cumplir sus objetivos.

3.6.2 Estrategias tecnológicas

Gracias al desarrollo de las TIC, las organizaciones han desarrollado técnicas contingentes, en el caso de las organizaciones de carácter resistente como los identifica Manuel Castells; dentro de la red informacional, han encontrado un espacio para expresar su malestar dentro de esta sociedad meramente consumista que ha provocado una serie de efectos negativos en el ambiente y en la sociedad por su bombardeo de información manipulada.

Esta nueva lógica de redes denominada por Manuel Castells, lleva a las organizaciones a adaptar una nueva forma de trabajo para su beneficio aprovechando el surgimiento de los nuevos usos, como es el caso de las páginas Web, utilizadas para informar sobre los diversos sucesos acontecidos en el planeta como es la violación a los derechos humanos o los daños al medio ambiente.

Las páginas electrónicas se han convertido en su principal medio de comunicación e información; en ellas, se puede mostrar datos relevantes, así como notas informativas sobre los hechos más recientes en cualquier parte del planeta. Gracias a su diseño en red, las organizaciones pueden tener contacto sin importar su ubicación geográfica, como es el caso de las organizaciones utilizadas como caso de estudio, Greenpeace, Amnistía Internacional, Oxfam y Aavaz. Las organizaciones han utilizado la Web como canal alternativo, gracias a su flexibilidad y a la libre expresión existente en el ciberespacio.

Además de la página de Internet, también han empleado el uso del correo electrónico, utilizado para difundir información acerca de los últimos acontecimientos, así como para hacer partícipe a los integrantes de las organizaciones en acciones benéficas para la sociedad o simplemente para cambiar la opinión pública acerca de algún tema sobre alguna problemática global.

Lo anterior es a través de firmas de cartas electrónicas haciendo, a su vez, el reenvío de éstas, formando así una red socialmente consciente de los sucesos globales acerca del medio ambiente o derechos humanos este acto por parte de las organizaciones propositivas se realiza con la finalidad de desarrollar grupos a través del mundo, que actúen por una misma causa, formando una red global de activistas ambientales o humanistas, efectuando actos cibernéticos como es el caso del envío de correos electrónicos masivos se le denomina Ciberactivismo. Este concepto, se definirá en el siguiente capítulo, así como las organizaciones lo han llevado a cabo y casos de éxito.

“La civilización es, entre otras cosas, el proceso por el que las primitivas manadas se transforman en una analogía, tosca y mecánica, de las comunidades orgánicas de los insectos sociales.” Aldous Huxley

4. Nueva cultura ciberorganizacional: Ciberactivismo, estrategia contingente

La transformación cultural a partir del contexto globalizado y la adopción de las tecnologías de la Información ha llevado a revolucionar los planes de las organizaciones, llevándolas a emplear estrategias comunicativas, utilizando como medios los envíos masivos de correos electrónicos, las firmas electrónicas de pliegos petitorios, entre otros, provoca la formación de redes sociales a través de la computadora.

La movilización a través de la red se ha denominado por las organizaciones propositivas como *Ciberactivismo*, objeto de estudio de esta tesis, ya que se considera como una estrategia de comunicación organizacional por su cualidad de adaptación a los objetivos de la organización, por ser dinámico, informar, difundir y, sobre todo, provocar una respuesta por parte de los públicos a quienes se quiere llegar, logrando crear una identidad con afinidad a los objetivos legitimando dichos movimientos. Este capítulo define, explica y proporciona ejemplos de Ciberactivismo con la finalidad de entender las dimensiones y su efectividad en las organizaciones.

4.1 ¿Qué es el Ciberactivismo?

La adaptación de las tecnologías al entorno cambiante de la sociedad ha producido un nuevo fenómeno dentro de la sociedad, reorganizándose a través de las redes electrónicas y toman más fuerza; este fenómeno es llamado: Ciberactivismo.

El Ciberactivismo es denominado dentro de la red social Wikipedia como “al conjunto de técnicas y tecnologías de la comunicación, basadas fundamentalmente en Internet y telefonía móvil, asociadas a la acción colectiva o desobediencia civil, bien en el espacio virtual, bien en el plano real”¹⁴⁷. Esta explicación de la enciclopedia libre por Internet se ha desarrollado para contextualizar cómo los definen los mismos usuarios de Internet; posteriormente, se desarrollan conceptos basados en referencias mejor documentadas.

En una serie de conferencias sobre Participación Social y Nuevas Tecnologías: Cibervoluntariado y Ciberactivismo en la Universidad de Almería, España en mayo de 2005, han descrito este fenómeno como una reacción a la Era Informacional en la cual nos encontramos.

La Dra. Teresa González de la Fe, Catedrática de Sociología del Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna, España, describe tal fenómeno como una oportunidad para la libre expresión dentro del ciberespacio.

Por su parte, Paloma Ortega, Directora Editorial del Canal Solidario OneWorld, hace mención de estos proyectos y otros existentes en Internet son “sólo algunos ejemplos del potencial de las Nuevas Tecnologías de la Información para involucrar a los distintos sectores sociales – sociedad civil, administraciones públicas y sector privado-, transformar mentalidades y multiplicar la participación social de cada uno de ellos en pos de un cambio social positivo”¹⁴⁸.

Dentro de esta serie de jornadas acerca del Ciberactivismo, tiene como conclusión la siguiente definición, haciendo hincapié en España, donde se le conoce como civervoluntariado.

¹⁴⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberactivismo>, 28/12/2007 13:00 hrs.

¹⁴⁸ <http://www.ual.es/Congresos/Participacion/> octubre 2005.

“El cibervoluntariado es una red de voluntarios y voluntarias capaces de llevar y transmitir sus conocimientos sobre las Nuevas Tecnologías especialmente entre la población con menores oportunidades de acceso. Este movimiento tiene su origen en la ong Cibervoluntarios.es, compuesta por jóvenes procedentes del mundo de las Nuevas Tecnologías, la Educación, la Comunicación y del Sector Social o Tercer Sector”¹⁴⁹.

Greenpeace, por su parte, también tiene su propia definición sobre el Ciberactivismo, como la principal herramienta de participación para exigir soluciones inmediatas a los responsables de los abusos contra el medio ambiente, mediante la denuncia masiva por correos electrónicos, celulares o Internet.

Para comprender el concepto de Ciberactivismo, partiremos del prefijo ciber, referente a un medio ambiente artificial creado por computadoras; activismo dado por Ángela López como “decisión individual de participar en la acción y de la estructuración de la composición del grupo en cuyo marco las acciones individuales logran satisfacer sus intereses”¹⁵⁰. Describiéndolo así: movilización social por medio del ciberespacio descrito como la convergencia de tecnología de comunicación mediatizada por computadoras.

Con lo anterior, se define al Ciberactivismo como, la movilización social “online” (en línea en la Internet), a partir de la denuncia, participación y la acción de la sociedad civil, realizando acciones a favor de los derechos humanos o la conservación de ecología a nivel global. Esta nueva modalidad se realiza a través del envío masivo de correos electrónicos (e-mail), a mandatarios, gobernadores, ministros o alguna autoridad para frenar una determinada injusticia o impacto ambiental o bien firmando las cartas electrónicas, las cuales se encuentran dentro de los sitios Web de determinadas organizaciones no gubernamentales, haciendo llegar el texto con las firmas al destinatario adecuado. A continuación, se explicará como podemos identificar el Ciberactivismo.

¹⁴⁹ *Ibidem*.

¹⁵⁰ López Ángela, **Comisión Independiente sobre Problemas Internacionales del Desarrollo**, Colección pluma universitaria, Bogota, Pluma, 1980, Pág. 56.

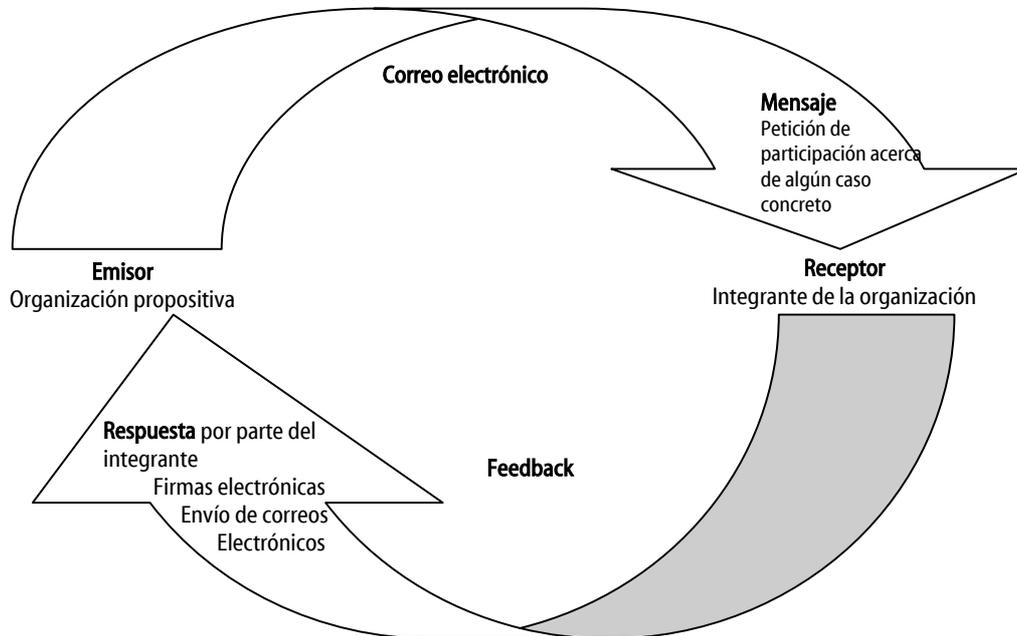
4.1 Características

El Ciberactivismo, como tal, es una estrategia comunicativa de las organizaciones no gubernamentales, con la finalidad de informar y difundir sus proyectos a realizar para erradicar una problemática global referente a la violación de los derechos humanos, un daño ambiental o una problemática latente, que afecte el bienestar humano o ambiental.

Es un movimiento realizado únicamente por medios electrónicos, en este caso el Internet, gracias a su libre manejo de información y acción se construyen redes sociales preocupadas por el bienestar social, manifestándose así por medio del envío masivo de correos electrónicos o firma de cartas electrónicas, las cuales se les entregarán a los mandatarios u actores involucrados, quienes pueden resolver la problemática.

Una de las principales características del Ciberactivismo, es la existencia de un feedback de la información, esto es la respuesta de los usuarios de Internet; el motivo, es el fácil acceso a la información, además de una vía rápida de comunicación como es caso del correo electrónico por su premura y facilidad de uso.

Feedback del Ciberactivismo¹⁵¹



El ciberactivismo es una herramienta dinámica e interactiva, pues, por su alto contenido visual, la hace atractivo al público, además de contar con la tecnología necesaria para facilitar los medios de acción como son:

- La recolección de firmas electrónicas a través de las páginas Web.
- El reenvío de un correo electrónico, hecho con un par de clicks.
- El envío de información actualizada sobre los actos realizados para contribuir en una ciberacción.

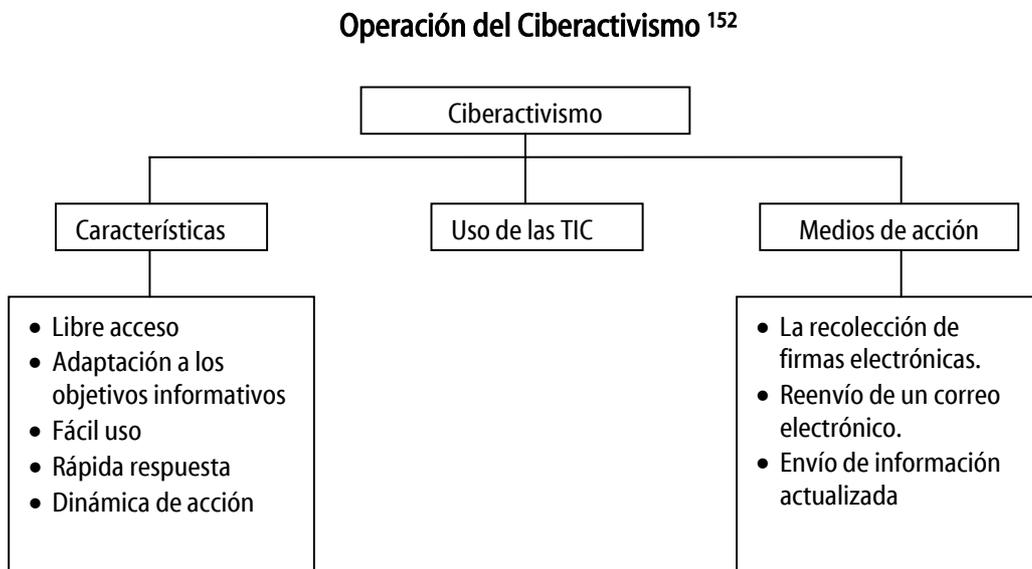
Esta actividad se desarrolla de una forma libre sin restricciones para el envío y reenvío de información, así como el libre acceso a toda persona sin importar el sexo, edad o condición cultural; es considerada como una estrategia propositiva con facilidades para cumplir sus metas.

¹⁵¹ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Sus características se resumen a las enlistadas a continuación:

- Libre acceso. Desde cualquier región se puede acceder asimismo cualquier individuo interesados de igual forma tiene libre acceso a él.
- Adaptación a los objetivos informativos por ser una herramienta de Internet cuenta con diversas modalidades de uso.
- Fácil uso. Por practicidad es utilizada por quien desee.
- Rápida respuesta. Se puede tener respuesta de manera inmediata, acortando tiempos.
- Dinámica de acción. Su flexibilidad le da el beneficio de ser moldeable a las formas de acción de su usuario.

A continuación, se presentará ejemplos visuales y ejemplos de Ciberactivismo en casos concretos de acción, donde obtuvo un resultado positivo.



¹⁵² Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

Ejemplo de una firma de una carta electrónica ¹⁵³

GREENPEACE



México

▶ **Buscar**

▶ **INICIO**

▶ Conoce a Greenpeace

▶ Participa y apóyanos

▶ Trabajamos en:

▶ Socios

▶ Videos y fotos

▶ Juegos y multimedia

▶ Wallpapers

▶ Noticias

▶ Contáctanos

▶ **Ciberactivismo**

_ Notas para un ciberactivista

_ Ayúdanos a exigir justicia para los defensores de los bosques

_ ¡¡Suma tu firma a la defensa del campo mexicano y la soberanía alimentaria!!

_ Consumidores demandan cerveza Budweiser sin arroz contaminado

_ Apoya la agricultura sustentable

▶ Trabaja para Greenpeace

▶ **¡SÓLO PARA CHAVOS!**

▶ **CENTRO DE PRENSA**

▶ **YOLUNTARIOS**

Estás aquí: [Inicio](#)

¡¡Suma tu firma a la defensa del campo mexicano y la soberanía alimentaria!!

▶ **Imprimir** ▶ **Enviar**

El 1 de enero del 2008 se abrieron de par en par las fronteras nacionales a las importaciones de **maíz, frijol, leche y azúcar**, lo que supone una catástrofe económica y social para los productores mexicanos, al tiempo que gradualmente provocará inseguridad alimentaria, especulación de precios para los consumidores y una enorme vulnerabilidad para el país.

Desde el 2006, los productores estadounidenses habían esperado esta apertura para invadir el mercado mexicano con maíz y frijol **falsamente barato**, debido a que su precio es apoyado gracias a los elevados subsidios que reciben de su gobierno, situación ante la cual no podrán competir los productores mexicanos, que carecen de apoyos. Se debe agregar además que estos granos estadounidenses son de pésima calidad.

Este escenario será todavía peor si se aprueba que la trasnacional **Monsanto** inicie siembras experimentales de maíz transgénico, pues éstas contaminarán la diversidad de maíces mexicanos con los genes patentados por esa corporación, lo cual además permitirá a Monsanto cobrar regalías a los campesinos afectados.

Juntos **1 millón de firmas** en contra de la **apertura de las fronteras a los alimentos básicos** y en demanda de **alimentos libres de transgénicos**. Estas firmas serán entregadas al **Presidente de la República** y al **Poder Legislativo**.

Recuerda: La independencia de México empieza por el estómago, no podemos ser independientes si no producimos nuestra propia comida.
¡PARTICIPA CON TU FIRMA! ¡HAZLO YA!

Nombre

Estado

Municipio o delegación

Correo electrónico

Teléfono

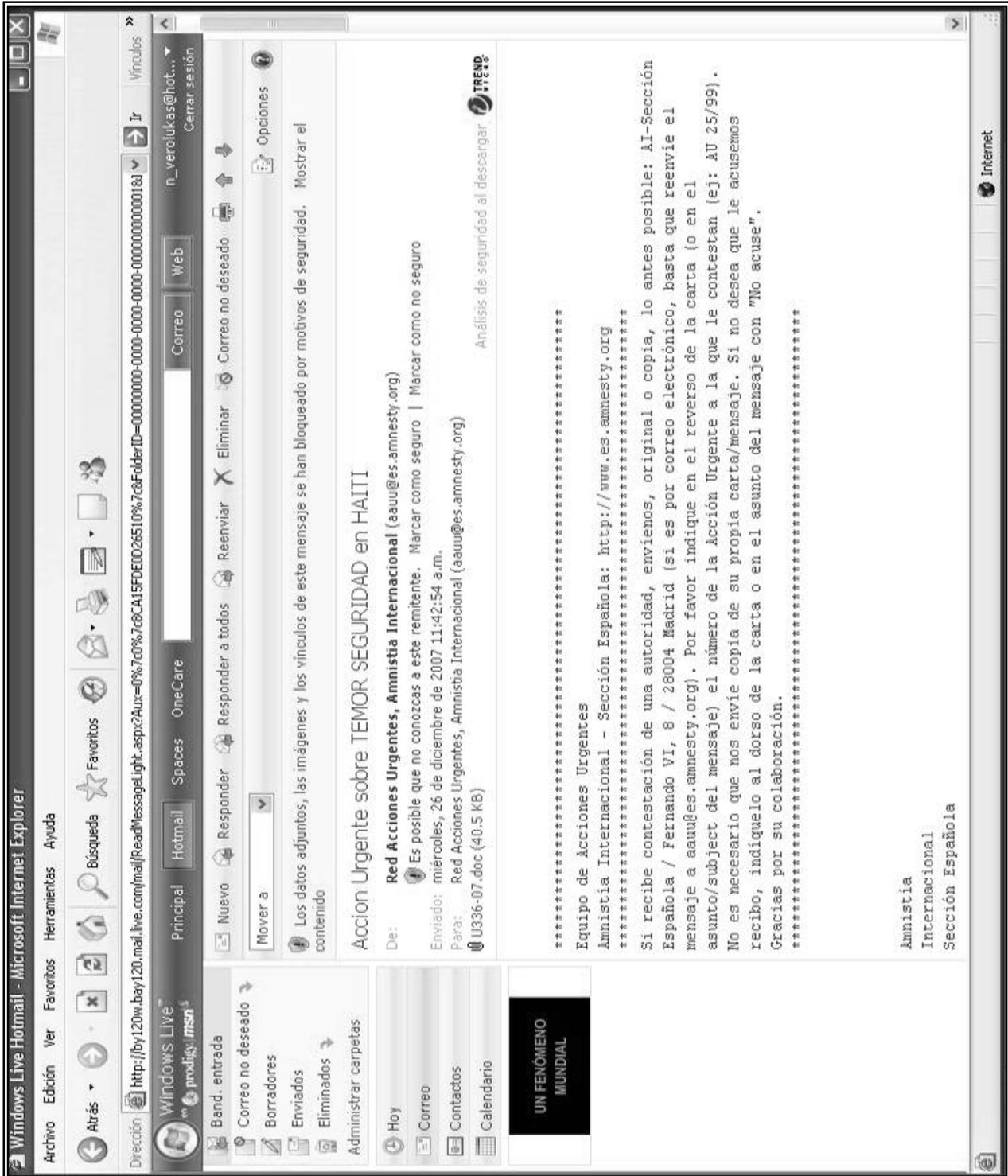
GREENPEACE

Haz tu donativo
Hazte socio
realmente
ayuda



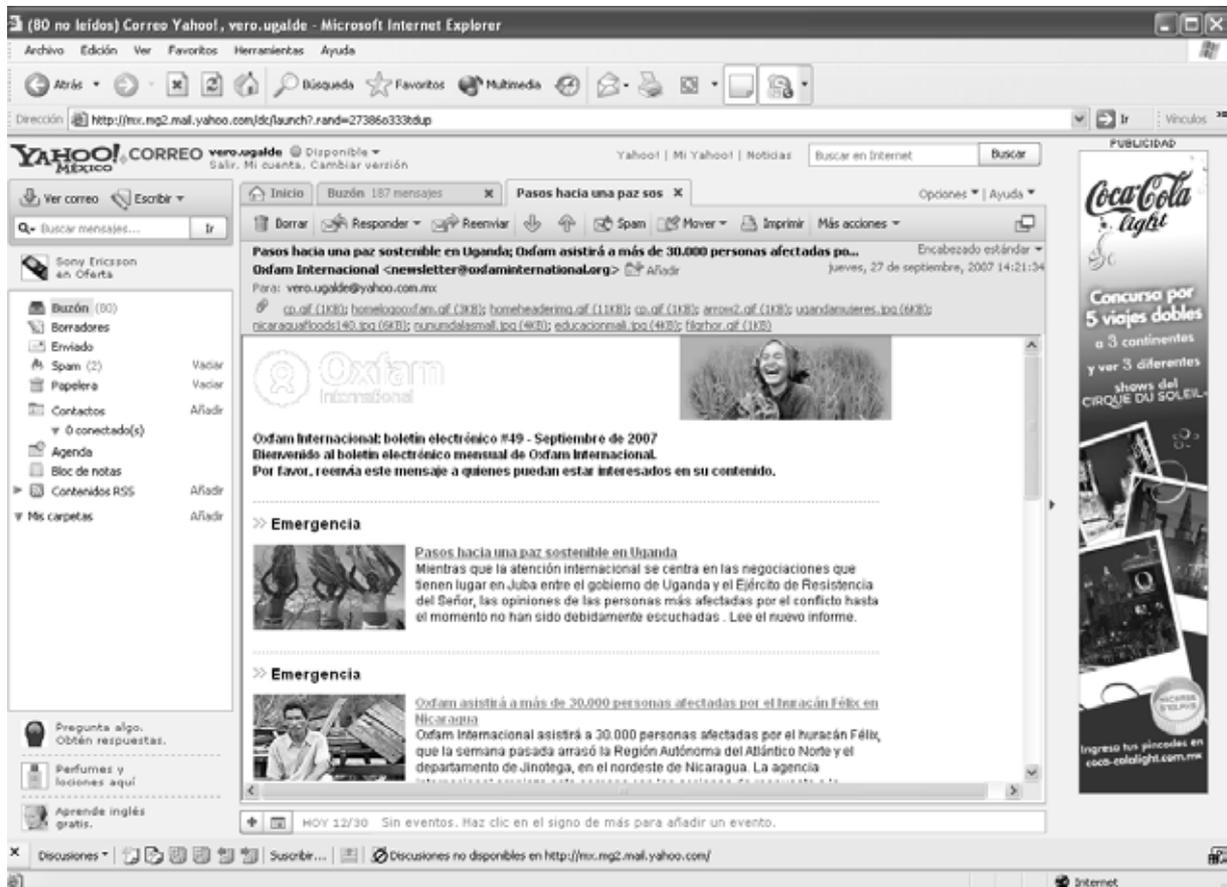


¹⁵³ <http://www.greenpeace.org/mexico/> 15/06/2007, 15:00 hrs.



¹⁵⁴ www.hotmail.com 26/12/2007 18:00 hrs.

Ejemplo de un Boletín Electrónico¹⁵⁵



4.3 Casos concretos

El fenómeno del Ciberactivismo encierra características estudiadas por la comunicación organizacional desde un punto de vista estratégico, pues, al poner al alcance de las personas la información necesaria, y el medio con el cual pueden interactuar-ayudar y contribuir a una causa benéfica para nuestro entorno-comunidad y halla una respuesta del receptor, se cumplen todas las modalidades para ser considerada una herramienta de comunicación estratégica.

¹⁵⁵ Correo electrónico, vero.ugalde@yahoo.com.mx, jueves 27 de septiembre de 2007, 14:21 hrs.

El análisis se realizó a través de los estudios de caso de Greepeace México, Amnistía Internacional, Intermón Oxfam y Aavaz, organizaciones propositivas, precursoras del Ciberactivismo desde hace un par de años, utilizándolo como estrategia de comunicación organizacional, para una mayor dinámica integral de la cultura e identidad de la organización efectuando la movilización y acción de sus miembros a nivel global.

Según el sociólogo Tom Bums, “estas organizaciones son orgánicas es decir, se caracterizan por tener un intercambio de conocimientos y experiencias, cuentan con la participación de los miembros de la organización, esto es crear una estructura (red) de comunicación”. En el caso de Amnistía Internacional, lo ha desarrollado a partir de la red de acciones urgentes; esto es una activa red integrada por decenas de miles de personas del mundo, las cuales unifican su capacidad de presión, enviando correos electrónicos, faxes o cartas para lograr obtener respuesta de sus públicos internos y externos, consiguiendo el éxito en algunos de sus objetivos.

4.3.1 Caso: Amina Lawal

Amnistía Internacional fue uno de los precursores en esta nueva estrategia de comunicación, a raíz del caso de Amina Lawal, una mujer musulmana, declarada culpable en marzo del 2002, por un tribunal por tener una hija fuera del matrimonio. La ley penal islámica (Shari'a), en vigor en varios estados del norte de Nigeria, castiga el adulterio con la muerte por lapidación¹⁵⁶.

Ante tal situación, Amnistía Internacional lanzó una campaña de recolección de firmas por Internet dando la vuelta al mundo. La campaña logró recaudar más de 9 millones de firmas de personas alrededor del globo, lo cual ayudó a Amina a ser librada de una muerte atroz.

¹⁵⁶ Matar a pedradas.

Este hecho se dio a conocer en todos los rincones del planeta a través del correo electrónico, el cual solicitaba una firma para detener su sentencia de muerte al ser lapidada y lanzarle piedras hasta arrebatarse la vida.

Aministía Internacional realizó una campaña mundial para impedir que Amina fuera condenada, para lo que recabó más de 9 millones de firmas. La comunidad internacional recibió con beneplácito la noticia de la absolución de Amina.

La *Sharia* sólo se aplica en procedimientos penales en unos pocos países como Arabia Saudita, Irán y, en su momento, el Afganistán de los talibanes. En Nigeria no aplica a los cristianos. Tras conocer el fallo absolutorio, Amina exclamó: "Alabado sea Alá, el Todopoderoso".¹⁵⁷

Casos como el de Amina, son uno de muchos ejemplos de los cuales Amnistía Internacional se encuentra involucrado con la finalidad de proporcionar apoyo a la resolución de éstos.

¹⁵⁷ **El Universal**, <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html> viernes 26 de septiembre de 2003.

Correo electrónico para la liberación de Anima Lawal

158 <http://www.peacebuildersinitiative.org> 15/05/2006 17:00 hrs.

- 163 -

Peacebuilders Initiative :: View topic - Please help save Amina Lawal - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Búsqueda Favoritos Ir Vínculos

Dirección <http://www.peacebuildersinitiative.org/pbforum/viewtopic.php?p=747&sid=e235c51c795d89e49319ade33a89d221>

View previous topic :: View next topic

Author	Message
lwright04 New to Peacebuilders Forum ☆☆☆☆ Joined: 20 May 2003 Posts: 4	<p>Posted: Thu Aug 21, 2003 1:51 pm Post subject: Please help save Amina Lawal quote</p> <h3>ATTENTION PEACEBUILDERS</h3> <p>This is an urgent message that needs to be addressed immediately. It is a matter of life and death.</p> <p>Through my connections with Amnesty International I have just recently learned some very disturbing news. A woman named AMINA LAW IS THREATENED TO BE STONED TO DEATH ON AUGUST 27TH by her Nigerian government.</p> <p>Lawal, condemned for the crime of adultery on August 19th 2003, is to be buried up to her neck and stoned to death. Her death was postponed so that she could continue to nurse her baby. Hearing on her execution is now set for AUGUST 27TH 2003.</p> <p>If you have not been following this case, you might like to know Amina's baby is retarded as the "evidence" of her adultery.</p> <p>Amina's case is to be handled by the Spanish branch of Amnesty International, which is attempting to put together enough signatures to make the Nigerian government rescind the death sentence. A similar campaign saved another Nigerian woman, Safiya, condemned in similar circumstances. The petition amassed over 2,600,000 signatures.</p> <p>It will only take you a few seconds to sign Amnesty's on-line petition.</p> <p>Please sign the petition now and relay this message to as many people as possible.</p> <p>Go to the webpage http://www.amnesty.org.au/e-card/petition.asp</p> <p>Thank you very much for reading this. I hope that you take the time to sign the petition.</p> <p>Peace, Lizz</p> <p>Back to top profile pm email AIM</p>

Internet

4.3.2 Caso: liberación de los indígenas Rarámuris

Greenpeace México, a través de su página Web, involucra a su público a participar en ciberacciones, de los cuales los resultados han sido: la liberación de Isidro Baldenegro y Hermegildo Rivas, indígenas rarámuris quienes promueven la defensa de los bosques en la Sierra Tarahumara, especialmente en la región de Coloradas de la Virgen.

Isidro Baldenegro López y Hermenegildo Rivas Carrillo fueron detenidos el 29 de marzo de 2003 y fue 9 días después, el 7 de abril de 2003, que un juez estatal los consignó y ordenó su prisión preventiva; ahora están sujetos a proceso y en espera de una sentencia. Las acusaciones que se les imputan fueron fabricadas: ambos activistas fueron acusados de estar en posesión de armas de uso exclusivo del ejército. Baldenegro, además, fue acusado de tener marihuana. Los judiciales que los detuvieron afirmaron que el 29 de marzo de 2003 a las 3 de la tarde mientras hacían un patrullaje vieron a dos personas con rifles AK-47 a quienes aprehendieron. Esto contrasta con lo declarado por los rarámuris y diversos testigos, quienes señalan que la mañana de ese día agentes de la Policía Judicial de Chihuahua irrumpieron en la casa de Baldenegro para registrarla y detenerlo (y a Hermenegildo Rivas, que estaba de visita), sin contar con una orden judicial, y que durante este cateo ilegal de la casa no encontraron drogas ni armas.

"En el marco de la Declaración de Defensores de Derechos Humanos de la ONU, adoptada por México, condenamos el uso del sistema judicial como instrumento para hostigar y amenazar el trabajo y la vida de los defensores de derechos humanos. Bajo ninguna circunstancia se debe utilizar la ley o el sistema de impartición de justicia para criminalizar la defensa de los derechos humanos y la lucha por la protección de los bosques", señaló Carlos Gómez, director de Amnistía Internacional México¹⁵⁹.

La unión de las organizaciones gubernamentales Amnistía y Greenpeace lograron 3 mil 354 firmas de personas de México, España y otros 44 países, quienes enviaron cartas al procurador Rafael Macedo de la Concha para exigir la liberación de los rarámuris ecologistas.

¹⁵⁹ <http://www.greenpeace.org/mexico/press/releases/liberenlos-ya> 14/09/2006 23:00 hrs.

Éste es, sin duda, uno de los muchos casos conocidos alrededor del mundo y no sólo eso sino la respuesta por parte de la comunidad mundial una prueba son los datos registrados el día 28 de mayo de 2004, donde se tiene un total de 2,156 personas, los cuales habían enviado cartas por correo electrónico a la Procuraduría Federal de la República para demandar la liberación de Isidro Baldenegro López y Hermenegildo Rivas Carrillo, así como castigar a los autores de su injusto encarcelamiento.

El caso se dio a conocer fuera de México a través de las campañas realizadas por la organización Greenpeace y a su vez fue reforzada por los diferentes medios de información como lo son los diarios **El Universal y Reforma**. Esta acción desencadenó la participación de miles de personas procedentes de Europa, Sudamérica y Los Estados Unidos, principalmente de España donde se registraron 1, 183 correos enviados.

Noticia sobre los indígenas rarámuris , encarcelados en el diario El Universal¹⁶⁰

Otro campesino ecologista tras las rejas - El Universal - México - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Abra Búsqueda Favoritos

Dirección: <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?not=1190730&ab=nacon>

EL UNIVERSAL.com.mx
México

EL UNIVERSAL EL GRÁFICO AVISO OPORTUNO SECCIONES DISCUSIÓN MULTIMEDIA

Otro campesino ecologista tras las rejas

Diego Cavallos*
El Universal
Sábado 11 de diciembre de 2004

México. Ser campesino pobre y oponerse a la tala de bosque en México pueden ser razones suficientes para terminar en la cárcel. Así lo indican cinco casos desde 1999. El último es el de Felipe Amiaga, detenido en noviembre bajo acusaciones de asesinato, pero pronto podrían sumarse otros 13.

"Mi problema es por defender los bosques. No en vano el que me acusa es un Talamontes", dijo Amiaga a Tierramérica desde una prisión en Guerrero, estado del sureste mexicano, donde colabora con la Organización de Campesinos Ecologistas de la Sierra de Petatlán y Coyuca de Catalán.

El testimonio de Amiaga es una copia casi exacta de los rendidos en su momento por otros cuatro campesinos ambientalistas, pobres y semanalfabets.

En esos casos, los acusados denunciaron que por combatir la tala fueron víctimas de fabricación de pruebas y torturas por parte de autoridades. Organizaciones de derechos humanos locales e internacionales los consideraron presos de conciencia. Posteriormente fueron liberados.

En México "se usa el sistema judicial para silenciar o desanimar a las voces disidentes y la oposición de la sociedad civil, recurriendo a cargos penales falsos o infundados", sostuvo Amnistía Internacional, con sede en Londres, a propósito de la reiteración de campesinos encarcelados.

Rodolfo Montiel y Teodoro Cabrera, compañeros de Amiaga en la Organización de Campesinos Ecologistas de Guerrero, dejaron la cárcel en 2001 por intervención del presidente Vicente Fox, quien adujo que los acusados tenían problemas de salud ordenó el perdón de sus penas, de hasta 10 años de prisión, y el cierre de los procesos en su contra.

Montiel y Cabrera, quienes habían sido detenidos en 1999 acusados de posesión de armas y cultivo de marihuana, demandaron al Estado mexicano ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en reclamo de reparación de daños, sanción a los militares que los detuvieron y torturaron, y una declaración plena de inocencia.

Hoy, Montiel y Cabrera viven semiclandestinos y lejos de Guerrero, pues temen atentados de los taladores de árboles a los que combatieron. "El caso de Amiaga es muy similar al de Montiel y Cabrera. Se trata de acusaciones sospechosas dirigidas contra quienes se oponen a la tala", dijo a Tierramérica Mario Patrón, coordinador jurídico de Tlachinollán, una organización de derechos humanos de Guerrero.

Patrón fue uno de los abogados de Montiel y Cabrera y es posible que tome el caso de Amiaga, quien está acusado de participación en el asesinato en 1990 de un hijo de Bernardino Batista, líder de organizaciones de taladores. Por ese mismo crimen están pendientes 13 órdenes de detención, todas contra campesinos contrarios a la deforestación en Guerrero.

"Te voy a ser claro, uno se mete con ciertos intereses y ese es el problema, por eso estoy aquí (en prisión). Pero tengo la certeza de que me tienen que liberar porque no he hecho nada, al igual que mis compañeros Montiel y Cabrera, quienes ya están libres", dijo Amiaga.

Con menos de 28 por ciento de su territorio cubierto de bosques, México pierde cada año más de 500 mil hectáreas de árboles. Gran parte de esa destrucción ocurre a manos de grupos vinculados a la delincuencia organizada.

En prisión, Montiel y Cabrera recibieron de organizaciones estadounidenses el premio Goldman, considerado un Nobel de la ecología y dotado de 125 mil dólares, y el galardón Chico Mendes, en memoria del campesino, sindicalista y ambientalista brasileño asesinado en 1988.

Patrón afirma que la destrucción del bosque en las sierras de Guerrero se detuvo cuando sus líderes estaban presos, pero se reactivó en los últimos dos años.

Cerca de 40 por ciento de los bosques de las sierras de Petatlán y Coyuca de Catalán, en Guerrero, donde Montiel y Cabrera vivían, fue destruido entre 1992 y 2000, asegura la organización Greenpeace.

Imágenes de satélite prueban que en esas sierritas se perdieron en ocho años 86 mil de las 226 mil 203 hectáreas de bosques.

Similar destrucción se registra en Coloradas de la Virgen, zona de más de 50 mil hectáreas ubicada en el septentrional estado de Chihuahua, hogar ancestral de los indígenas rarámuris, donde viven unas 360 familias.

De allí son Isidro Baldenegro y Hermenegildo Rivas, indígenas que también han combatido la deforestación. Liberados en junio por decisión judicial, permanecieron poco más de dos años confinados por posesión de armas y drogas.

"Me comprometí a seguir con la lucha, y ahora me siento aún más comprometido, pues mucha gente y organizaciones apoyaron mi libertad", dijo Baldenegro a Tierramérica vía telefónica desde su comunidad en la Sierra Tarahumara.

Baldenegro, hijo de un dirigente rural asesinado en 1986 aparentemente por enfrentarse a taladores de bosques, cuenta con protección policial, pues se teme que pueda ser asesinado.

"No he sentido ahora muy de cerca la presencia del peligro y las amenazas. Pero si finalmente ganamos en los tribunales que se pare la tala, yo creo que sí se sentirían muy ofendidos (los grupos que cortan madera) y tratarían de eliminarnos a algunas personas", dijo el campesino.

Según se supo durante el proceso contra Baldenegro y Rivas, las acusaciones fueron infundadas, no obstante, los culpables de esos delitos, al igual que los militares que los torturaron y acusaron están libres.

* Corresponsal de IPS.

Similar destrucción se registra en Coloradas de la Virgen, zona de más de 50 mil hectáreas ubicada en el septentrional estado de Chihuahua, hogar ancestral de los indígenas rarámuris, donde viven unas 360 familias.

De allí son Isidro Baldenegro y Hermenegildo Rivas, indígenas que también han combatido la deforestación. Liberados en junio por decisión judicial, permanecieron poco más de dos años confinados por posesión de armas y drogas.

"Me comprometí a seguir con la lucha, y ahora me siento aún más comprometido, pues mucha gente y organizaciones apoyaron mi libertad", dijo Baldenegro a Tierramérica vía telefónica desde su comunidad en la Sierra Tarahumara.

Baldenegro, hijo de un dirigente rural asesinado en 1986 aparentemente por enfrentarse a taladores de bosques, cuenta con protección policial, pues se teme que pueda ser asesinado.

"No he sentido ahora muy de cerca la presencia del peligro y las amenazas. Pero si finalmente ganamos en los tribunales que se pare la tala, yo creo que sí se sentirían muy ofendidos (los grupos que cortan madera) y tratarían de eliminarnos a algunas personas", dijo el campesino.

Según se supo durante el proceso contra Baldenegro y Rivas, las acusaciones fueron infundadas, no obstante, los culpables de esos delitos, al igual que los militares que los torturaron y acusaron están libres.

¹⁶⁰ <http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html> 18/04/2007.

4.3.3 Caso: Nestlé-Etiopía

Otro de los casos, es el problema de Etiopía, que surge, a raíz de la exigencia de la compañía Nestlé tras reclamar una deuda de 6 millones de dólares al Gobierno, sin considerar la crisis económica en la cual se encontraba dicho país por las sequías y la caída del café, la nación comenzaba a presentar un problema de hambruna.

Este problema se origina en el “22 de agosto de 1975 el emperador Haile Selassie de Etiopía es estrangulado en los sótanos de su palacio después de ser expulsado del Gobierno por los militares en septiembre de 1974. En ese mismo año el Gobierno militar nacionaliza sin otorgar ningún tipo de compensación la Empresa Etíope de Desarrollo Ganadero, ELIDCO, de la que el grupo Schweissfurth era una importante accionista. En 1986 la compañía suiza Nestlé compra esta última empresa y con ella hereda la antigua reclamación sobre la nacionalización de ELIDCO. Seis años más tarde, Nestlé decide reclamar al Gobierno etíope una compensación económica por aquel proceso.

El Gobierno africano quiere llegar a un acuerdo y pide que interceda la Agencia de Garantía de Inversiones Multilaterales (MIGA) del Banco Mundial. **La compañía reclama 6 millones de dólares frente a los 1.5 millones que está dispuesto a pagar el Gobierno etíope, a quien no le interesa desincentivar las inversiones extranjeras eludiendo responsabilidades pasadas y, por ello, ofrece 12.417.888 Birr incluyendo un 6 por ciento de interés compuesto.** Sin embargo, Nestlé reclama que se aplique el tipo de cambio de los dólares estadounidenses del año 1975¹⁶¹.

Tras estos sucesos, las redes de acción social como es el caso de Oxfam, comienzan una campaña de reenvío de correos electrónicos a diez mil suscriptores al boletín Oxfam, dando como resultado la remisión de 40,000 correos electrónicos en dos semanas exigiendo el retiro de la demanda por parte de Nestlé a Etiopía.

La movilización por Internet atrajo la atención de los medios impresos de comunicación alrededor del mundo, reforzando la campaña en línea.

¹⁶¹ <http://www.responsables.biz/reportajes/In-fraganti-Nestle-en-Etiopia>. 30/10/2006 22:00 hrs.

Muestra del envío de correo electrónico y página Web del caso Nestlé-Etiopía¹⁶²

Caso Nestlé - Etiopía



1) Envío de email a 10.000 personas: exposición del problema y llamada a la acción



2) Acción en la web: envío de la demanda dirigida a la empresa



Eco en los medios de comunicación



¹⁶² Conferencia Participación Social y Nuevas Tecnologías: Cibervoluntariado y Ciberactivismo en la Universidad de Almería, España. Mayo 2005.

Resultado

- 80.000 emails a la central de la compañía en Suiza en una semana, provenientes principalmente de Gran Bretaña, España y Estados Unidos.

Nestlé decide reducir la demanda a 1,5 millones de dólares y reinvertirlos en programas de lucha contra el hambre en Etiopía



4.3.4 Caso: Cumbre del G8+5

Avaaz es la organización más joven dentro de los casos de estudio dentro de esta investigación. Su propuesta es más completa, porque completan en círculo de la movilización; para comprobarlo, se presentará el caso de la Cumbre de los G8+5.

La Cumbre de los G8+5^o también denominado "Grupo de 8," es una reunión llevada a cabo por los dirigentes de las ocho economías más fuertes del mundo; en las reuniones, se decide los temas de la agenda, los cuales son cumplidos a lo largo del año.

La Cumbre se desarrolló el 15 de marzo del 2007, fue presidida por la canciller alemana Angela Merkel; dicha reunión fue un punto crucial para Avaaz, representantes de dicha organización se presentarían personalmente con Signar Gabriel, ministro de medio ambiente con la finalidad de presentar una petición a favor de reducir los gases contaminantes y así poder frenar el cambio climático.

Por este motivo, Avazz lanzó, vía correo electrónico, la firma de esta petición, presentando el siguiente mensaje.

Querido amigo,

Ha llegado la hora. En pocos días, los mandatarios de los 13 países que más contaminan se reunirán en Alemania para la cumbre del G8+5. El cambio climático será una de las prioridades de la junta— en parte gracias a nuestros esfuerzos. Pero al último minuto, el Presidente Bush ha rechazado todas las iniciativas propuestas por otros miembros del grupo. Bush y sus seguidores se han dado cuenta de que se encuentran aislados en su posicionamiento sobre el cambio climático y ven esta como su última oportunidad de retardar de nuevo el proceso empezado por el tratado de Kyoto. No podemos permitir que se salgan con la suya. Los 13 dirigentes presentes en la reunión deben escuchar que para la gran mayoría de los habitantes del planeta la pasividad no es una opción. Queremos conseguir la petición mundial contra el calentamiento global más grande de la historia antes del 8 de Junio. Por favor, firma si aún no lo haz hecho, y envía este e-mail a toda persona que se interese por el futuro de nuestro planeta.

http://www.avaaz.org/es/climate_g8/

Esta es nuestra oportunidad de unir nuestras fuerzas. Los países del G8+5 producen más del 70% de los gases que causan el calentamiento global. El compromiso de cada uno de ellos es necesario para prevenir una catástrofe. Por eso, debemos hacer lo imposible para que nos escuchen las veces que sean necesarias, presentar esta petición en cada reunión, demostrarles que cada mes crece y gana fuerzas en todos los países del mundo. Este es el mensaje que les haremos llegar:

“El cambio climático es la amenaza más grande que enfrenta nuestro mundo actualmente -- y ya casi no tenemos tiempo para detenerla. Deben resolver este problema ahora, juntos y con determinación. Este año, deben llegar a un nuevo acuerdo global; Establecer objetivos globales obligatorios para las emisiones contaminantes y así impedir cambios climáticos catastróficos; Y tomar medidas valientes inmediatamente - nosotros nos uniremos a sus esfuerzos”

La petición ya ha sido firmada por 190,000 personas de todos los países. ¿Puedes ayudarnos a llegar a 200,000 esta semana antes de la cumbre en Alemania? Unamos nuestras voces y recordemos a los políticos que deben prevenir esta terrible amenaza a nuestro planeta.

http://www.avaaz.org/es/climate_g8/

Con esperanza,

Ben, Ricken, Graziela, Paul, Galit, Iain y todo el equipo de Avaaz.

You are getting this message because you signed G8: ACCIÓN CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO on 2007-04-04 13:48:00 using the email address vero.ugalde@yahoo.com.mx

Please add avaaz@avaaz.org to your address book to make sure you keep receiving emails from Avaaz or [click here to unsubscribe](#)

Avaaz.org 260 Fifth Avenue, New York, NY 10001 U.S.A
Avaaz.org is also in Washington DC, London, Rio de Janeiro, and the world

¿Recibiste esto de algún amigo? ¡Salva al planeta antes de que sea demasiado tarde! Ya somos 196,700
[¡Firma la petición ahora!](#)

Después de hacer el envío solicitando la firma de la petición, el grupo Avaaz recibió respuesta de los usuarios de Internet preocupados por el calentamiento global teniendo como consecuencia la entrega del documento con más de 100,000 firmas solicitando atender este problema de forma prioritaria.

Al entregar el documento, la respuesta fue favorable por parte del Ministro de medio ambiente el Sr. Signar Gabriel, afirmó "Ante la creciente presión de ciudadanos a través del mundo. Ya no podemos ignorar este problema,"... "Si una ONG internacional puede juntar tantas firmas, debemos recordar nuestras responsabilidades hacia el medio ambiente y nuestros electores y asegurar que nuestros gobiernos actúen."¹⁶³

Lo anterior demuestra: las nuevas tecnologías no solo sirven para el entretenimiento y fomento del ocio humano, usándose con fines comerciales sino pueden ser útiles y benéficas; pueden ser estrategias de comunicación útiles para la dinámica integral a partir de la creación de una cultura e identidad en sus adeptos como se ha mostrado con lo casos de Ciberactivismo.

4.4 Porque de la efectividad del Ciberactivismo como estrategia de comunicación organizacional

Las formas de acción de las organizaciones propositivas con referencia al ciberactivismo son de manera ágil y rápida, utilizan un lenguaje sencillo y muy claro para facilitar su comprensión, así como formas dinámicas las cuales llaman la atención del público por su practicidad.

El mensaje es claro y preciso para dar a conocer los objetivos de la organización hacia determinado proyecto; asimismo, proporciona las herramientas para impulsar la creación de

¹⁶³ http://www.avaaz.org/es/climate_action_q8 5/08/2007, 17:47 hrs.

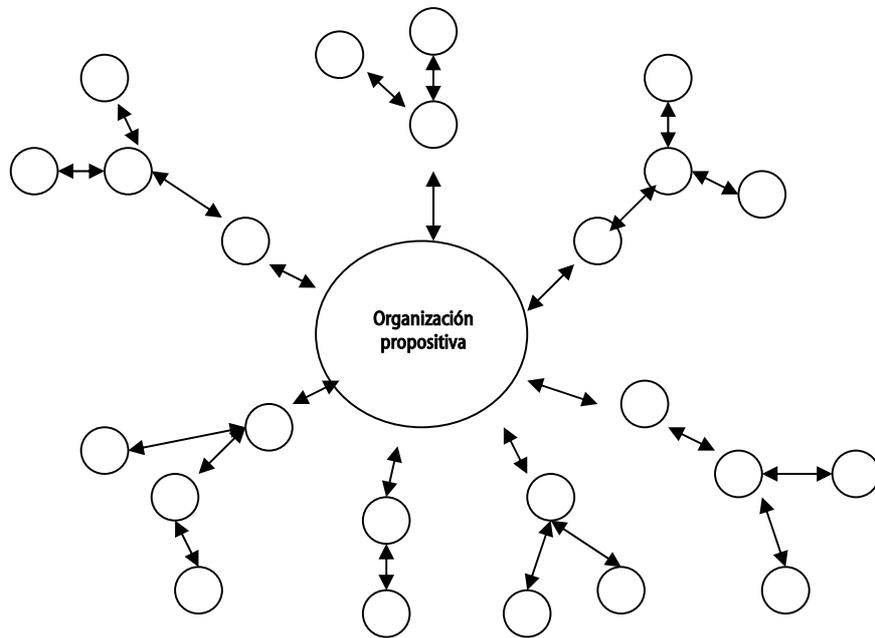
cadena productiva, formando una red social más amplia y fuerte, los mismos integrantes de las organizaciones se encargan de difundir la ideología y objetivo de estas campañas a favor del bienestar de la sociedad moderna, legitimando así su existir y, sobre todo el objetivo perseguido por dichas organizaciones.

El Ciberactivismo actúa como estrategia de comunicación, a través de las herramientas antes mencionadas; informa por medio de sus portales en Internet, difunde a través de los correos electrónicos y legitima el objetivo, en primera instancia, al facilitar a cualquier persona con la misma ideología a pertenecer a la organización y, a su vez, hacerlos partícipes para retransmitir el mensaje y así conseguir nuevos adeptos; de esta forma, se cierra el ciclo de comunicación de manera exitosa.

Se resume la efectividad del Ciberactivismo en los siguientes puntos:

- El uso de las tecnologías mejora las acciones, al proporcionar propician el adecuado flujo de comunicación entre los integrantes y las organizaciones, por los medios de fácil y rápido uso.
- El Ciberactivismo ofrece la capacidad de acción a las más pequeñas organizaciones por la flexibilidad y conectividad otorgada por la red para ir de lo local a lo global.
- Los integrantes pueden desarrollar herramientas y dejarlas a disposición de los demás participantes generando una fuerte identidad involucrándose de forma directa con las acciones.

Modelo de Red formada a partir del mensaje enviado por la organización propositiva¹⁶⁴



Hasta este momento, se han revelado datos positivos acerca del ciberactivismo, sin embargo, para un mejor sustento de esta tesis, se realizó un análisis evaluativo realizando un sondeo informativo para revelar datos duros acerca de este tema y así tener la certeza de cuáles son los hechos reales de este fenómeno social. Dicho cuestionario se presentará en el último capítulo, donde se dará el resultado de la evaluación estratégica, aportando propuestas para su mejor aprovechamiento.

¹⁶⁴ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

El poder de la mente, ligado a la capacidad tecnológica es mucho más importante que cualquier otro poder, incluso que el poder del dinero. Con capacidad tecnológica y de conocimiento se puede obtener dinero, pero con dinero y sin capacidad tecnológica se pierde ese dinero...Manuel Castells

5. Análisis y Evaluación del Ciberactivismo cómo estrategia de comunicación organizacional

En el desarrollo de la tesis se ha expuesto la evolución de las organizaciones por el cambio sociocultural en el cual nos encontramos, la globalización, fenómeno generador de la revolución informática, creando múltiples herramientas tecnológicas para su uso. Dentro de éstas, se encuentra el Ciberactivismo; por ser estudiado por la disciplina de la comunicación organizacional, se ha tomado como una herramienta estratégica comunicativa, al englobar todos los elementos como lo es el análisis cultural; el entorno y la participación de los integrantes, fortaleciendo la identidad y desarrollando metas y objetivos; logrando cumplirlos por medio de la formación de redes a través de los medios electrónicos.

El objetivo de este último capítulo es resolver algunas interrogantes generadas a lo largo de la investigación ¿el Ciberactivismo realmente funciona como una herramienta útil de comunicación organizacional? ¿Cuáles serán los riesgos de la adopción de estas tecnologías de comunicación? ¿En realidad el Ciberactivismo tendrá un gran alcance por encontrarse en las redes informacionales?

Con base en los ejes temáticos de sustento de esta tesis:

- La comunicación organizacional como eje troncal de toda organización.
- El surgimiento de las nuevas organizaciones a partir del contexto actual: la globalización y
- La adopción de las herramientas tecnológicas proporcionadas por el sistema global.

Dentro de este capítulo, se resuelven las interrogantes planteadas a partir de un análisis de esta herramienta, utilizada por las organizaciones propositivas como se les ha denominado en esta investigación, el ciberactivismo, la cual dará pie al sustento de la hipótesis principal de la tesis:

El Ciberactivismo actúa como estrategia de comunicación, porque informa, difunde y legitima asimismo existe una acción por parte de los públicos.

Para comprobar dicha hipótesis, se planteó el siguiente objetivo: conocer las nuevas estrategias de comunicación, propuestas por las organizaciones civiles, así como analizar las ventajas y desventajas de las mismas.

Para conocer si el Ciberactivismo cumple con sus objetivos, se evaluará a partir de la opinión generada por los diferentes públicos, por encontrarse en un espacio ilimitado y visto por cualquier persona. Los resultados arrojados permitirán plantear una propuesta para su mejora.

En los siguientes apartados, se desarrollará la mecánica de evaluación y análisis, asimismo se procederá a comprobar la hipótesis.

5.1 Mecánica de evaluación

El instrumento elegido para la evaluación es el cuestionario con la finalidad de hacer un sondeo informativo y, con ello, estar más de cerca de las apreciaciones de las personas con respecto al Ciberactivismo y se comprueben la principal hipótesis de esta tesis, la cual es:

Las organizaciones emergentes están utilizando el Ciberactivismo como una estrategia de comunicación como dinámica integral de la organización.

La captación de datos a través de la encuesta será la forma más veraz de ligar la opinión de un segmento de la sociedad y la teoría acerca de la era informacional y sus efectos en las organizaciones.

5.1.1 Sondeo Informativo

En seguida, se presentará la estructura del cuestionario modelo, el cual fue utilizado para realizar el sondeo de opinión aleatorio; éste cuenta con 12 preguntas cerradas, sólo una con la posibilidad de ser abierta. Se decidió precodificar el cuestionario para hacer más ágil el análisis de la información.

El sondeo se encuentra dividido en tres secciones: la primera para reconocer el aspecto sociocultural de la muestra; la segunda, para saber si se tiene conocimiento de la existencia del Ciberactivismo dentro de la red y, la tercera, tener la opinión acerca de tal fenómeno de haber tenido contacto con él.

5.1.2 Elección de la muestra

De acuerdo a las características de la población a tomar su opinión, se decidió hacer una muestra aleatoria simple, porque se cumplen con los requisitos para hacerlo por medio de esa metodología, las cuales parten de lo siguiente:

-Los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, porque cumplen con las características no importando la edad, el sexo o la clase social para comprobar dicha hipótesis.

Se tomó la decisión de aplicar 130 cuestionarios, porque el universo de los usuarios de Internet en México en el año de 2007 fue de 23.7 millones de Internautas¹⁶⁵ de acuerdo a las estadísticas proporcionadas por la Asociación Mexicana de Internet y siguen en aumento. Para los recursos de esta investigación, se necesitaría emplear más tiempo y dinero para poder hacer el muestreo, sin embargo, se lanzó un sondeo de dos formas aleatorias, de los cuales 65 se hicieron por escrito y 65 a través del correo electrónico; esto es con la finalidad de hacer una de las comprobaciones de la hipótesis acerca de la efectividad del correo electrónico.

Dentro del cuestionario enviado vía Internet, se utilizó la siguiente leyenda:

“Hola, le pido me ayude a contestar el siguiente cuestionario, su información es muy importante para terminar mi investigación de mi tesis. Así mismo, le solicito, de ser posible reenvíe este mensaje para hacerlo llegar a cualquier persona interesada en el tema. De antemano, gracias por su tiempo”.

Se solicitó el reenvío de la información por dos razones:

- 1.- Para completar el proceso de muestreo, llegando a la mayor parte de la población posible.
2. - Con la finalidad de comprobar el alcance de una petición vía correo electrónico.

Se obtuvieron 100 encuestas más por el reenvío del cuestionario, lo cual da un total de 230 cuestionario aplicados.

La muestra utilizada dentro de esta investigación, es pequeña, para el universo infinito de usuarios de Internet, sin embargo es representativa por los datos que arroja.

A continuación, se presenta la estructura del cuestionario modelo utilizado.

¹⁶⁵ www.amipci.org.mx

5.1.3 Modelo del Sondeo Informativo

El cuestionario será presentado de acuerdo a las etapas en las cuales fue pensado para su análisis; a continuación, se expondrá la precodificación del mismo, que nos permitirá tener una idea cercana acerca de las respuestas esperadas.

5.1.3.1 Ejes temáticos del cuestionario

Los ejes temáticos del cuestionario son tres:

1. Inclusión de la sociedad a la era informacional.
2. Conocimiento del Ciberactivismo.
3. Efectividad del Ciberactivismo.

Primera etapa Las primeras cuatro preguntas se orientan a saber estatus social de nuestra muestra, pues se espera, en su mayoría, una respuesta más favorable por parte de los jóvenes al contestarlo.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES



Hola,

Le pido me ayude a contestar el siguiente cuestionario, su información es muy importante para terminar mi investigación de mi tesis. De ante mano gracias por su tiempo.

Instrucciones: Tache la respuesta que considere adecuada. En las preguntas 2, 3, 5 y 6 puede escoger más de una respuesta.

EDAD _____

SEXO Hombre ()
Mujer ()

ESTADO CIVIL Soltero ()
Casado ()
Unión Libre ()
Viudo ()
Divorciado ()

GRADO ESCOLAR Primaria ()
Secundaria ()
Preparatoria ()
Licenciatura ()
Otro _____

- **Inclusión de la sociedad a la era informacional**

La evaluación socio-cultural revelará los usos y costumbres del entrevistado, dando la pauta para identificar y afirmar la introducción de la sociedad dentro de esta era informática y cuál es el uso que le dan a las nuevas tecnologías de información.

Dentro de este conjunto de preguntas la respuesta esperada, es positiva pues la sociedad en general conoce acerca de la existencia del Internet y tiene contacto con ella, a pesar de no contar con el instrumento en casa se espera la búsqueda voluntaria para tener acceso a la red.

1. ¿Usted cuenta con Internet en casa?

Si () No ()

2. De no contar con el servicio en casa, ¿Cómo tiene acceso a él? (Puede marcar más de una)

Cibercafe () En la Escuela () En el Trabajo () Lugares con libre acceso () Otro _____

3. ¿Cuáles son el tipo de sitios Web que visita? (Puede marcar más de una)

Entretención ()	Culturales ()	Sociales ()	
Cine	Bibliotecas	Políticas ()	Organizaciones civiles
Música	Museos	Secretarías de gobierno	Greenpeace
Televisión	virtuales		Amnistía Internacional
Juegos	Galerías de Arte		Informativas ()
			Diarios
			Revistas
			Noticiarios
			Otras _____

4. ¿Usted tiene correo electrónico?

Si () No ()

5. ¿Con qué fines utiliza el correo electrónico? (Puede marcar más de una)

Envío de cadenas () Medio de comunicación con familiares, amigos, conocidos... etc. ()

Envío de información () Otros _____

6. ¿Qué tipo de información recibe por correo electrónico? (Puede marcar más de una)

Personal () Noticioso () Entretenimiento () Cultural () otro _____

Envío de información () Otros _____

Con respecto a las preguntas donde se les cuestiona sobre su uso tanto de visitas a las páginas como el envío y recepción de correos electrónicos, se puede esperar una respuesta orientada hacia una cultura del consumo, esto es: los usuarios de Internet visitaran más las páginas recreativas y de entretenimiento a las páginas orientadas a la cultura y las artes así como las páginas dedicadas a la promoción de un movimiento social.

- **Conocimiento del Ciberactivismo**

Esta única pregunta nos proporcionará la suficiente información para saber el alcance de las organizaciones propositivas al difundir su mensaje, si la respuesta, en su mayoría, es positiva se dará por hecho el excelente manejo de los medios de difusión con los cuales cuenta.

De ser negativa, existen dos puntos de visita, primero las organizaciones no hacen buen uso de sus recursos o la segunda, desde una perspectiva positiva, los usuarios de Internet son demasiados, por lo cual es posible el alcance el mensaje aún no llegue a ellos por la relativa iniciación de este recurso.

7. ¿Usted conoce lo qué es el Ciberactivismo?

Si () No ()

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 12

- **Efectividad del Ciberactivismo**

Esta sección se encuentra dedicada a los usuarios enterados sobre la existencia del Ciberactivismo, asimismo conocer cual es su concepto de este reciente fenómeno y saber si los modos de acción de las organizaciones para dar a conocer sus campañas y objetivos están cumpliendo con su función. Y, por último, conocer si existe una red social formada por estas organizaciones.

De estas preguntas, se esperan sean favorables, una vez teniendo el conocimiento acerca del significado del Ciberactivismo, se espera haya una respuesta afirmativa al recibir un correo electrónico con alguna petición de reenvío.

5.1.3.2 Precodificación del cuestionario

8. ¿Alguna vez ha recibido algún correo electrónico, para realizar una ciberacción?

Si () No ()

9. ¿Sí lo ha recibido ha dado respuesta?

Si () No ()

10. ¿Quién le ha enviado el mensaje de ayuda?

Amigo () familiar () compañero () la misma organización ()

11. ¿Cree que sean verosímiles estos actos y realmente den respuesta a los problemas?

Si () No ()

¿Por qué?

12. ¿Qué piensa que sea el Ciberactivismo?

Un acto benéfico () Movimiento social en línea () Un acto subversivo () No lo se ()

Gracias! 😊

Con la finalidad de hacer un rápido análisis, se precodificó el cuestionario; esta forma nos ayuda acercarnos a las posibles respuestas de los encuestados y que la orientación del mismo facilitara la obtención de los resultados con la información necesaria para continuar con el análisis del Ciberactivismo.

Por la dimensión de la población de usuarios de Internet, la precodificación se realizará con el apoyo de las estadísticas realizadas por el INEGI y la Asociación Mexicana de Internet¹⁶⁶ quienes han realizado encuestas con referentes al tema. De coincidir con los datos, la muestra aleatoria será satisfactoria y tendrá más credibilidad.

A continuación se presenta la precodificación

La primera etapa como se ha hecho mención identifica a las personas a quienes pedimos su opinión acerca del tema el saber quien nos ha respondido nos acercara a una parte del análisis.

- | | | | |
|-----------------|--------------------|------------------|---------------------|
| 1. EDAD _____ | 2. SEXO | a) Hombre () | |
| | | b) Mujer () | |
| 3. ESTADO CIVIL | a) Soltero () | 4. GRADO ESCOLAR | a) Primaria () |
| | b) Casado () | | b) Secundaria () |
| | c) Unión Libre () | | c) Preparatoria () |
| | d) Viudo () | | d) Licenciatura () |
| | e) Divorciado () | | e) Otro _____ |

1. **Edad.** Se espera que quienes respondan sean en su mayoría jóvenes de 14 y 29 años de edad, debido a que la tecnología, culturalmente hablando, es de uso de las nuevas generaciones por estar más acostumbrados a ellas a diferencia de las personas adultas, quienes aún no tienen muy arraigada la cultura tecnológica.

¹⁶⁶ <http://www.inegi.gob.mx> y www.amipci.org.mx 3/10/2008 20:30 hrs.

2. **Sexo.** Este factor se espera sea equitativo A) HOMBRE Y B) MUJER, teniendo en cuenta que es una muestra aleatoria, los resultados no alterarían en gran medida el análisis.
3. **Estado civil.** Se esperan más la respuesta A) SOLTERO, de acuerdo a la generación, quienes tienen mayor uso de las tecnologías, asimismo empataría con la pregunta número 1 sobre la edad, los solteros seguramente se encuentran en muchas más actividades.
4. **Grado escolar.** El INEGI marca un 77.4% de la población que ocupa la Internet cuenta con una licenciatura por lo cual el resultado espera es la letra D) LICENCIATURA.

Inclusión de la sociedad a la era informacional

1. ¿Usted cuenta con Internet en casa?

- a) Si () b) No ()

De acuerdo al INEGI sólo un 18% de la población cuenta con una computadora en casa, lo nos orienta a la respuesta B) NO.

2. De no contar con el servicio en casa, ¿Cómo tiene acceso a el? (Puede marcar más de una)

- a) Cybercafe () b) En la Escuela () c) En el Trabajo () d) Lugares con libre acceso ()

e) Otro _____

Las respuestas A) CIBERCAFE B) EN LA ESCUELA C) EN EL TRABAJO D) LUGARES CON LIBRE ACCESO E) OTRO son esperadas entre más señalen mejor, pues significa que las personas buscan la accesibilidad a la red.

3. ¿Cuáles son el tipo de sitios Web que visita? (Puede marcar más de una)

a) Entretenimiento ()	b) Culturales ()	c) Políticas ()	d) Sociales ()	e) Informativas ()	f) Otras _____
Cine	Bibliotecas	Secretarías de gobierno	Organizaciones civiles	Diarios	
Música	Museos virtuales		Greenpeace	Revistas	
Televisión	Galerías de Arte		Amnistía Internacional	Noticiarios	
Juegos					

Las respuestas A) ENTRETENIMIENTO B) CULTURALES C) POLÍTICAS D) SOCIALES E) INFORMATIVAS F) OTRAS. De igual forma se espera señalen todas porque dentro de las opciones se tiene D) SOCIALES donde incluimos las organizaciones tomadas como objetos de estudio, estando dentro de Internet se tiene la posibilidad de mantenerse informados.

4. ¿Usted tiene correo electrónico?

a) Sí () b) No ()

Al estar relacionados con el Internet se espera una respuesta favorable, por lo tanto se espera respondan A) SI.

5. ¿Con qué fines utiliza el correo electrónico? (Puede marcar más de una)

a) Envío de cadenas () b) Medio de comunicación con familiares, amigos, conocidos... etc. ()
c) Envío de información () d) Otros _____

Las respuestas esperadas son B) MEDIO DE COMUNICACIÓN CON FAMILIARES, AMIGOS, CONOCIDOS...ETC. y C) ENVIO DE INFORMACIÓN ya que el uso como medio de comunicación es su principal uso.

6. ¿Qué tipo de información recibe por correo electrónico? (Puede marcar más de una)

a) Personal () b) Noticioso () c) Entretenimiento () d) Cultural () e) Otro

Las respuestas esperadas son A) PERSONAL, B) NOTICIOSO, C) ENTRETENIMIENTO, D) CULTURAL y E) OTRO. Por la diversidad de las posibilidades del correo electrónico su forma de uso puede ser cualquiera.

Conocimiento del Ciberactivismo

7. ¿Usted conoce lo qué es el Ciberactivismo?

a) Si () b) No ()

Con esta pregunta, se espera saber si realmente se conoce al Ciberactivismo por lo cual no se ha marcado ninguna.

Efectividad del Ciberactivismo

8. ¿Alguna vez ha recibido algún correo electrónico, para realizar una ciberacción?

a) Si () b) No ()

En esta etapa del cuestionario se dividió entre quienes no conocen el Ciberactivismo y los informados acerca del Ciberactivismo. Esta sección sólo es para las personas conocedoras del tema por lo cual la respuesta esperada A) SI.

9. ¿Sí lo ha recibido ha dado respuesta?

- a) Si () b) No ()

Al ser personas conocedoras del tema y haber recibido una petición de Ciberactivismo se espera una participación positiva, por lo cual la respuesta esperada es A) SI.

10. ¿Quién le ha enviado el mensaje de ayuda?

- a) Amigo () b) familiar () c) compañero () d) la misma organización ()

Las respuestas esperadas son A) AMIGO B) FAMILIAR C) COMPAÑERO D) LA MISMA ORGANIZACIÓN cualquiera de las respuestas se espera debido a que es una red de personas interesadas por el bienestar social.

11. ¿Cree que sean verosímiles estos actos y realmente den respuesta a los problemas?

- a) Si () b) No ()

¿Por qué?

Esta pregunta tiene como finalidad de captar la opinión de nuestra muestra, por lo cual se dejó el espacio abierto, cualquier resultado nos ayudara a saber la efectividad del Ciberactivismo.

12. ¿Qué piensa que sea el Ciberactivismo?

- a) Un acto benéfico () b) Movimiento social en línea () c) Un acto subversivo () d) No lo se ()

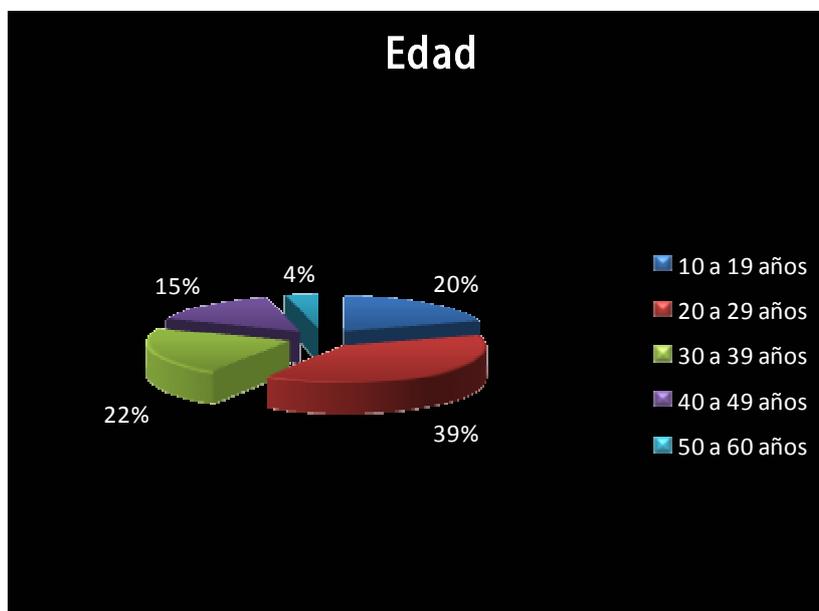
Se espera la respuesta B) MOVIMIENTO SOCIAL EN LÍNEA, pues una vez teniendo el contexto se espera identifiquen el concepto de lo que es el Ciberactivismo.

5.2 Aplicación del cuestionario

En los siguientes apartados, se expondrá los resultados del cuestionario aplicado. Se realizará el análisis individual de las preguntas, las cuales nos ayudarán a dar una mejor interpretación de los resultados y, finalmente, se desarrollará la evaluación y se harán las propuestas.

5.2.1 Características de la muestra

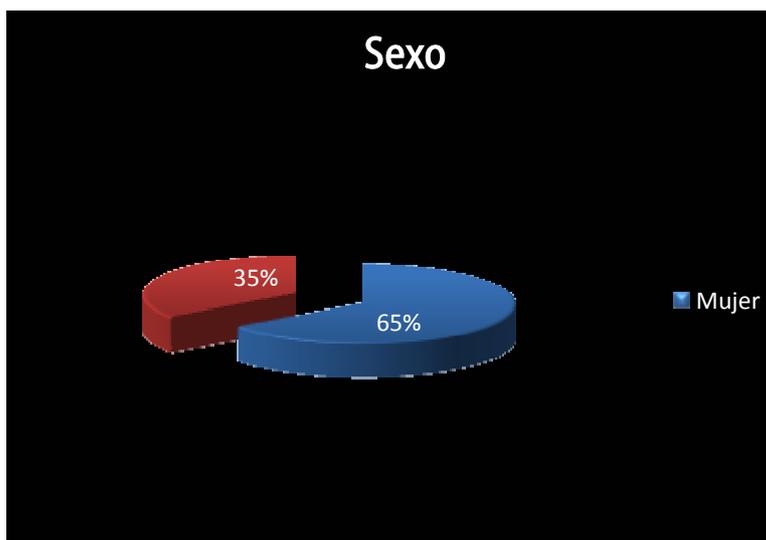
La primera inquietud sobre los primeros resultados de la encuesta es saber sus características principales, esto es, conocer cuál es la población predominante de acuerdo a su edad, como se refería en un principio, se tiene considerado la mayor participación por parte de la población joven; asimismo, se tiene el interés de saber la pluralidad de nuestra población por lo cual también se incluyeron las preguntas acerca de su género, estado civil y grado escolar. En apartados anteriores se había ya hecho la mención del número de encuestados, el cual da un total de 230 encuestados. Los primeros resultados son los siguientes:



Rango de Edad	No.	%
10-19	47	20%
20-29	89	* 39%
30-39	50	* 22%
40-49	35	15%
50-60	9	4%
Total	230	100%

En esta pregunta se realizó un tabulador con rangos de edades para facilitar el análisis de la información, porque la muestra fue extensa y capturar todos los datos provocaría una saturación de información.

De acuerdo al porcentaje proporcionado por el rango 20-29, con un número de 89 encuestados da como resultado un 39% del 100% del total. El siguiente rango con mayor porcentaje es el de 10-19 años con un 20%, comprobando la hipótesis al plantear al cuestionario, la cual es la respuesta más favorable por parte de los jóvenes.



SEXO	No.	%
Hombre	81	35%
Mujer	149	* 65%
Total	230	100%

Los resultados nos indican una mayor participación por parte de la mujer al contar con un número de encuestas contestadas de 149 a diferencia de la participación de los hombres, los cuales sólo fueron 81 individuos, quienes contestaron la encuesta, reflejando un el mayor porcentaje para la mujer con un 65%.

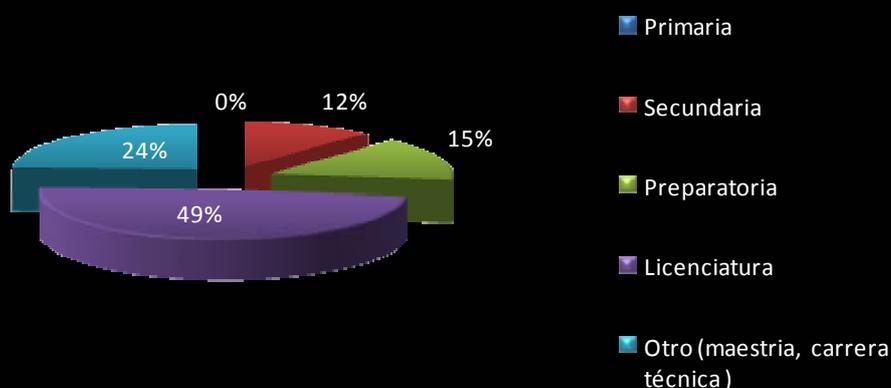
A diferencia de la precodificación, el resultado fue diferente; esto quiere decir que la mujer tiene mayor participación con respecto a esta investigación. Esto se puede deber a la mayor cooperación de la mujer con este tipo de ejercicios, sin embargo, no altera el resultado final del análisis.



ESTADO CIVIL	No.	%
Soltero	135	* 60%
Casado	67	30%
Unión Libre	0	0%
Viudo	0	0%
Divorciado	22	10%
Total	230	100%

La categoría de estado civil, arroja un resultado de 135 solteros, 67 casados y 22 divorciados, arrojando el porcentaje más alto de 60% a las personas solteras, teniendo así un dato congruente con la edad, pues al ser la mayoría jóvenes se puede interpretar su estado civil como solteros.

Grado Escolar



GRADO ESCOLAR	No.	%
Primaria	0	0%
Secundaria	27	12%
Preparatoria	35	15%
Licenciatura	112	* 49%
Otro	56	* 24%
Total	230	100%

Este resultado muestra a casi la mitad de la población encuestada con un grado escolar de licenciatura, al ser contestados 112 cuestionarios con esta respuesta, con un porcentaje de 49%.

De los resultados restantes, 27 individuos tienen el grado de secundaria; 35 personas el grado de educación media superior y 56 personas con algún otro grado de estudios en su mayoría carreras técnicas y maestrías, lo cual representan un 24% de la población.

5.2.2 Análisis de las respuestas pregunta por pregunta

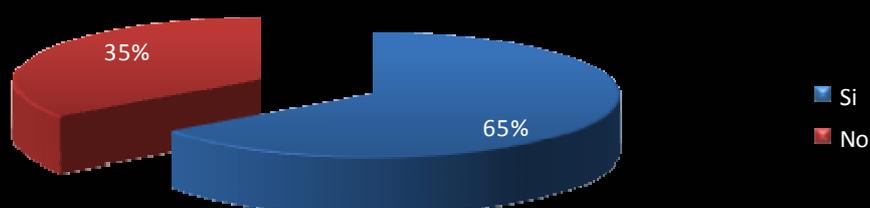
El análisis de las siguientes etapas del cuestionario se realizaran por pregunta con la finalidad de obtener un mejor resultado; el procedimiento llevado a cabo fue:

- Se dividió el cuestionario por secciones, revisando cada una de las preguntas, en general todas arrojan información interesante y relevante para la conclusión final.
- Se utilizaron dos tipos de gráficas: las pastel para las preguntas afirmativas y negativas, pues en ellas es más fácil observar el resultado en porcentajes concretos y las gráficas de barras para las preguntas con mayor libertad de respuesta. Algunas se encuentran orientadas a tener más de una sola contestación, con el objetivo de tener una mayor pluralidad en los resultados.
- Los resultados son representados por medio de porcentajes y tablas, donde indican el número de personas. En las preguntas donde existe más de una opción, se da el caso de repetir cifras y porcentajes, sin embargo este resultado no altera el análisis, debido a la intención del cuestionario.
- Para la única pregunta abierta, se desarrolló un tabulador englobando las respuestas semejantes que se obtuvieron múltiples resultados por la libertad de respuesta de la pregunta. El hacer los rangos se obtuvo un análisis más concreto.

Después de explicar la forma de análisis del cuestionario, se procederá a desarrollar los gráficos obtenidos por pregunta, teniendo así un resultado favorable para el sustento de la tesis y proporcionando una perspectiva para desarrollar la conclusión del trabajo de investigación.

Inclusión de la sociedad a la era informacional

¿Usted cuenta con Internet en casa?



Tiene Internet en Casa	No.	%
Sí	149	* 65%
No	81	35%

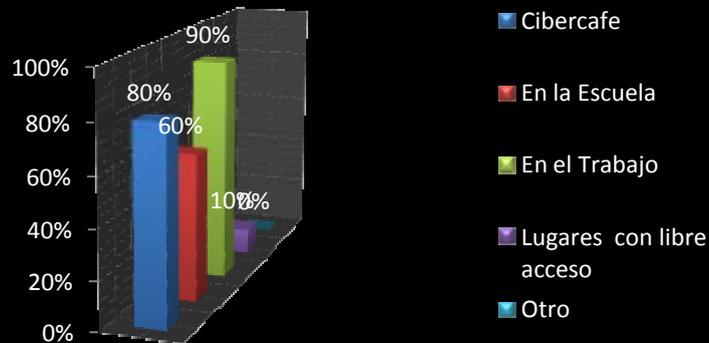
La primera pregunta engloba una serie de afirmaciones con respecto al sumergimiento de la sociedad en la era informacional y su principal característica: la utilización de herramientas de comunicación de largo alcance como es el uso del Internet.

No, se realizaron preguntas anteriores sobre el conocimiento de Internet, porque en la época actual las personas tienen la noción de su concepto.

Esta pregunta también tiene la doble intención de conocer el estatus socio-económica de la muestra. Y se encuentra hilada a la hipótesis acerca del interés del ser humano por tener acceso a la tecnología, buscándola por algún otro medio.

A diferencia de la precodificación dentro de este resultado se obtuvo un 65%, el cual cuenta con Internet en casa, se esperaba, las personas no contarán con el recurso en casa, generando mayor probabilidad de estar informadas acerca del Ciberactivismo por tener la herramienta más a la mano.

De no contar con el servicio en casa, ¿Cómo tiene acceso a él?



Lugar de acceso a Internet	Porcentaje	No.
Cibercafe	*80 %	184
En la Escuela	60%	138
En el Trabajo	*90%	207
Lugares con libre acceso	10%	23
Otro	0	0

Esta pregunta es la secuencia de la anterior al obtener una respuesta del 65% de la población no cuenta con Internet en casa, se puede observar cómo la muestra busca tener acceso a Internet y lo consigue por otros medios como es en la escuela o un cibercafe e inclusive en su área laboral.

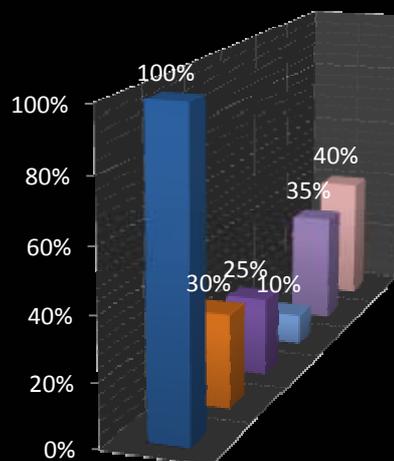
Dicha pregunta nos revela los medios donde el segmento de la muestra tiene acceso a él.

Los resultados obtenidos dan ventaja a los cibercafe y al trabajo, obteniendo 80% y 90%, respectivamente.

Asimismo, se entiende cómo las personas buscan tener mayor acceso a Internet coincidiendo con los resultados esperados.

¿Cuáles son el tipo de sitios Web que visita?

- Entretenimiento (Cine,Música,Televisión,Juegos)
- Culturales (Bibliotecas,Museos virtuales,Galerías de Arte)
- Políticas(Secretarias de gobierno)
- Sociales(Organizaciones civiles,Greenpeace,Amnistía Internacional)

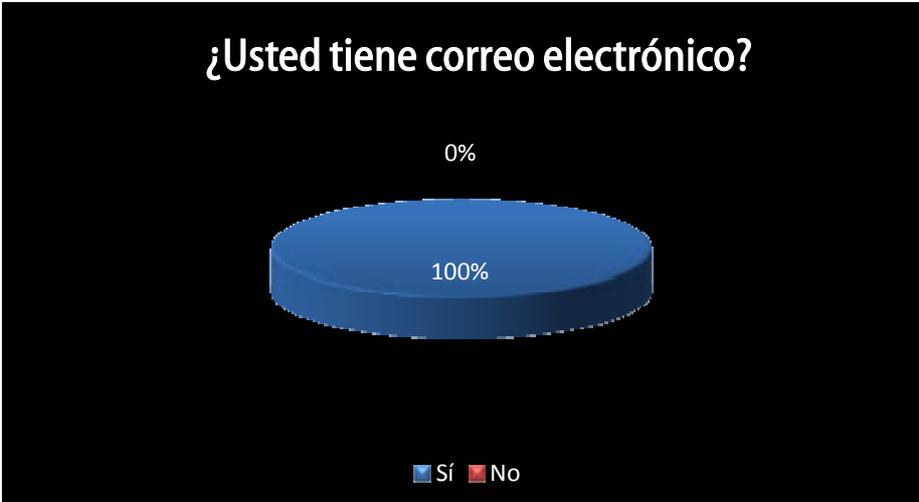


Páginas Web visitadas	Porcentaje	No.
Entretenimiento (Cine,Música,Televisión,Juegos)	* 100%	230
Culturales (Bibliotecas,Museos virtuales,Galerías de Arte)	30%	69
Políticas(Secretarias de gobierno)	25%	58
Sociales(Organizaciones civiles,Greenpeace,Amnistía Internacional)	10%	23
Informativas(Diarios,Revistas,Noticiarios)	35%	81
otras(tiendas, editoriales, manuales, bancos, tiendas virtuales, etc)	* 40%	92

Esta pregunta es parte esencial para hacer el análisis sociocultural de la muestra cuestionada; la expectativa esperada es acerca de la preferencia por páginas de entretenimiento, por la cultura consumista en la cual estamos inmersos.

El resultado efectivamente fue la tendencia hacia las páginas de recreación, música, cine, televisión, juegos, entre otras, teniendo el 100% de la población encuestada, seguida de la clasificación Otras, con 40%, donde se obtuvieron las siguientes respuestas, tiendas, editoriales, manuales, bancos, tiendas virtuales, etc. Las informativas, clasificadas como noticiarios, revistas, libros con un 35%. Las culturales con un 30, seguida de las páginas políticas con un 25% y, por último, un 10% para las organizaciones civiles.

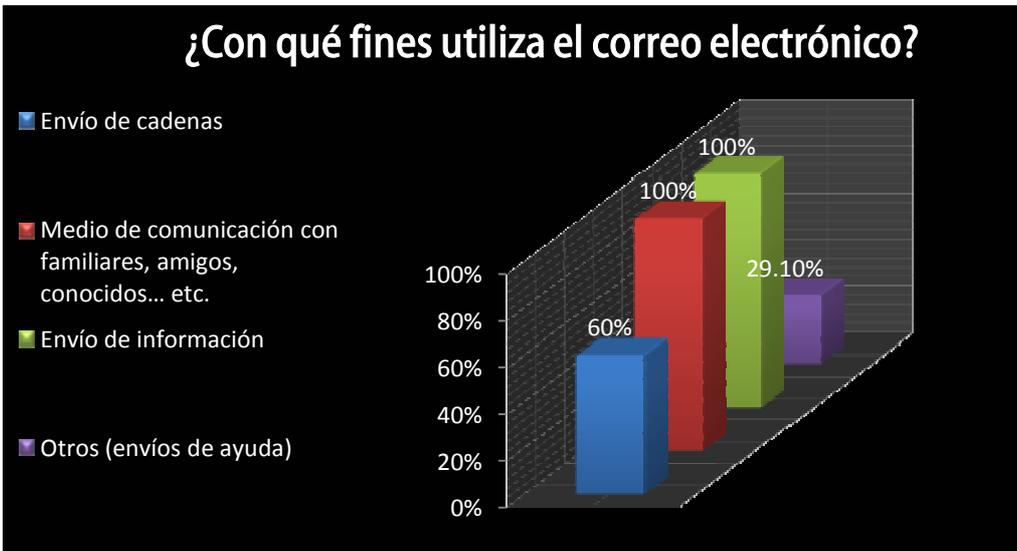
Con respecto a las expectativas, no se tenía considerado ubicar dentro de la posición del público en último lugar las páginas de las organizaciones civiles como Greenpeace, Amnistía, etc.



	Porcentaje	No.
Sí	* 100%	230
No	0%	0

La respuesta de esta pregunta se espera positiva, lo cual era el 100% de la muestra contestara de forma afirmativa, como realmente se realizó.

Esta pregunta afirma como principal medio de comunicación utilizado por la población dentro de la red es el correo electrónico, al contar la muestra en su totalidad una cuenta de correo, sin embargo lo más importante es conocer cuál es su principal uso.



Utilización del correo electrónico	Porcentaje	No.
Envío de cadenas	60%	138
Medio de comunicación con familiares, amigos, conocidos... etc.	* 100%	230
Envío de información	* 100%	230
Otros (envíos de ayuda)	29,10%	67

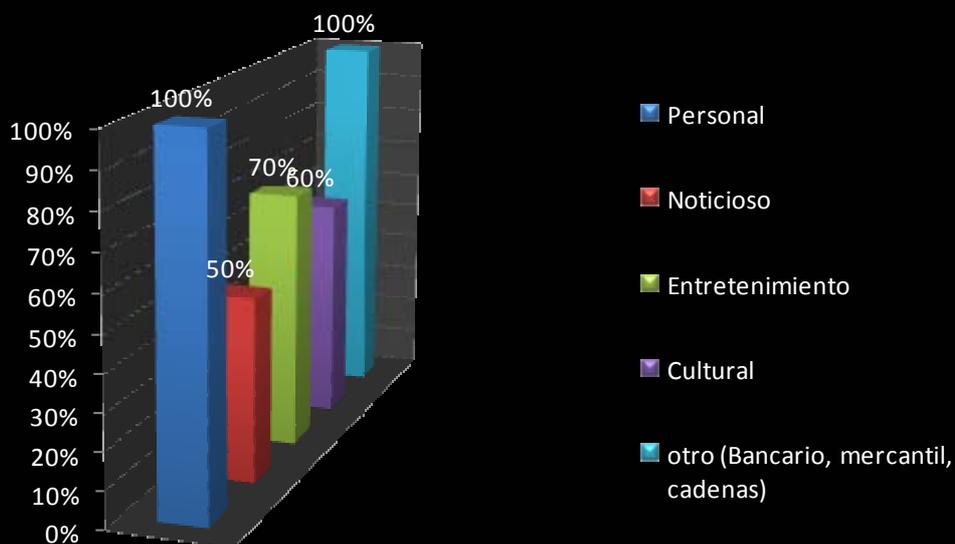
Esta pregunta, es la continuación de la anterior; se hizo de este modo, para tener una mayor concepción sobre la muestra. El resultado obtenido es muy cercano al planteado inicialmente, se tenía predeterminado la utilización de correo como medio de comunicación entre amigos, familiares y por esta razón, de igual manera sería utilizado como medio de envío de información en general tanto de forma laboral como personal.

Los resultados fueron los esperados, las categorías sobre medio de comunicación y de envío de información obtuvieron el 100%, asimismo, también se tenía la expectativa de ser utilizado de otra forma como es el caso del envío de cadenas. Se refiere a cadenas, a los correos electrónicos dedicados al ocio humano como es el uso de creencias de la suerte o simplemente una información banal de la cual solicitan su reenvío. Esta categoría fue elegida por 138 personas de la muestra obteniendo un 60% de la utilización del correo electrónico.

Por último, se tuvo una respuesta de 67 personas, las cuales eligieron la categoría otros; aquí se hace la observación, dentro de esta respuesta contestaron envío de ayuda al referirse a los correos electrónicos realizados para localizar algún niño extraviado o alguna solicitud para donar sangre de algún tipo.

Con esta premisa, se puede observar cómo las personas modifican las herramientas proporcionadas por el medio a la mejor forma como la puedan utilizar a su beneficio.

¿Qué tipo de información recibe por correo electrónico?



Información recibida en el correo electrónico	Porcentaje	No.
Personal	* 100%	230
Noticioso	50%	115
Entretenimiento	70%	161
Cultural	60%	138
otro (Bancario, mercantil, cadenas)	* 100%	230

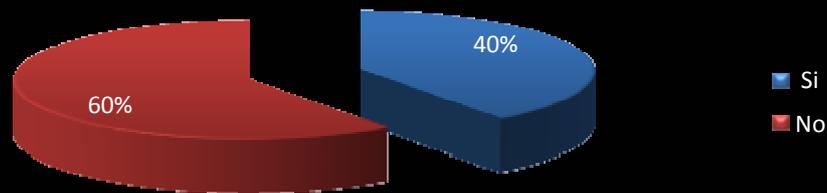
Con la finalidad de saber cuál es realmente la información recibida por la población seleccionada, se realizó esta pregunta; nos indicara si han recibido información sobre campañas en defensa de los derechos humanos o ambientales realizadas por Greenpeace, Amnistía, Avaaz etc. Esto se ubicara en la categoría de otros.

La respuesta fue negativa a la hipótesis planteada, se esperaba información acerca de la recepción de correos acerca del Ciberactivismo, sin embargo, se obtuvo la respuesta sobre información bancaria, mercantil y cadenas, teniendo un 100% en la categoría de otros.

Las respuestas de las demás categorías fueron personal 100%; noticioso 50%; de entretenimiento 70% y cultural 60%.

Conocimiento del Ciberactivismo

¿Usted conoce lo qué es el ciberactivismo?



Conoce el Ciberactivismo	Porcentaje	No.
Si	40%	92
No	* 60%	138

Se esperaba una respuesta positiva acerca del conocimiento del Ciberactivismo y los resultados muestran lo contrario, esto es, 92 personas afirman conocer el Ciberactivismo, representado con un 40% y el resto de los encuestados, 138 individuos desconocen de su existencia, siendo más de la mitad de la población encuestada con un 60%.

Esta pregunta es una de las primordiales para comprobar el buen uso de los medios por parte de las organizaciones no gubernamentales y el resultado del cuestionario demostró el corto alcance que tienen a pesar de tener redes sociales dentro de la Internet.

Se debe mencionar, que esta pregunta segmentó la muestra; la general, eran de 230 personas y obtener sólo un 40% afirmativo; las otras 138 personas quedan descartadas para la siguiente sección, sin embargo, se reanuda su aparición en la última pregunta acerca de la definición del Ciberactivismo.

Efectividad del Ciberactivismo

¿Alguna vez ha recibido algún correo electrónico, para realizar una ciberacción?



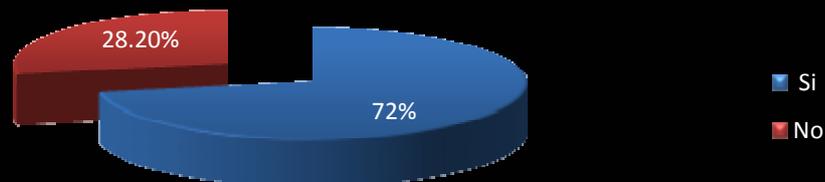
Ha recibido un correo electrónico para realizar una ciberacción	Porcentaje	No.
Si	* 81,50%	75
No	18,47%	17

Las personas las cuales ya tiene un uso de la red informática, en su mayoría, sí han recibido el correo electrónico por parte de las organizaciones no gubernamentales, teniendo así un 81.5% de personas, donde les llega el mensaje para enviar y un 18.47% de la población, la cual no recibe información acerca del Ciberactivismo en su correo.

La respuesta esperada se cumplió, la mayoría de las personas quienes conocen acerca del Ciberactivismo, si han recibido un correo electrónico para hacer alguna ciberacción.

Esto quiere decir, que las personas integradas a los movimientos sí reciben información y están en continua interacción con respecto a las acciones propiciadas por ellas.

¿Sí lo ha recibido ha dado respuesta?



Ha dado respuesta	Porcentaje	No.
Sí	* 72%	66
No	28,20%	26

De igual manera, ha sido positiva la respuesta al tener el mayor porcentaje la categoría Sí, con un 72% quedando un 28.20% en la categoría No.

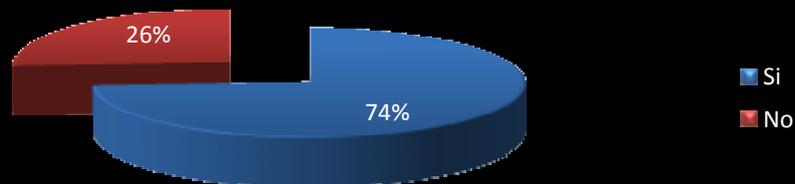
Los resultados respaldan lo estipulado antes de aplicar cuestionario, porque se tenía previsto de conocer el Ciberactivismo; las personas reaccionan de forma favorable hacia dicha acción.

Esta pregunta se encuentra entrelazada con las anteriores, la respuestas de la pregunta ¿conoce el Ciberactivismo? Influencia en ¿ha dado respuesta a una ciberacción?

Por lo anterior, se tienen datos cercanos a los reales para hacer una comprobación de la hipótesis más veraz.

El 28.20% que no dio respuesta, es un indicador para buscar cuáles han sido las causas por la cuáles ha decidido no hacer dicha acción.

¿Cree que sean verosímiles estos actos y realmente den respuesta a los problemas?



Cree en la veracidad de las acciones	Porcentaje	No.
Si	*73,91%	68
No	26,01%	24

Nuevamente, tenemos una aceptación afirmativa, en su mayoría, teniendo un 68% de la población, la cual menciona que sí está convencida de la veracidad del Ciberactivismo y sólo un 24 % que no está convencido acerca del Ciberactivismo.

Dentro de esta pregunta, se agregó una pregunta abierta, ayudándonos a saber la opinión más cercana de las personas acerca de la veracidad del Ciberactivismo; esta interrogante es ¿por qué piensa que es veraz el Ciberactivismo?

En seguida, se tendrá la tabla con las respuestas dadas a esta pregunta.

Con esta pregunta, se cierra la sección de preguntas dirigidas a las personas las cuales conocen el fenómeno del Ciberactivismo, se recuerda, se dividió la muestra entre las personas las cuales sí conocían el Ciberactivismo y quienes lo desconocían.

¿Cree que sean verosímiles estos actos y realmente den respuesta a los problemas? ¿Por qué?	
Respuestas	No.
No contestó	12
División de respuestas:	
Afirmativas	
Se ven los resultados a través de boletines enviados por las organizaciones.	6
Se sabe son verdad por las noticias.	9
Por el discurso que manejan las organizaciones	32
Porque son enviados por organizaciones de reconocimiento mundial	12
Negativas	
Es tan amplia la red para saber si son ciertas	9
Porque no se puede saber si tuvieron algún efecto	5
Porque sólo son organizaciones manipuladoras	7
Total	92

Las respuestas recibidas son muy variadas por lo cual se agrupó las respuestas parecidas, como se puede observar en la tabla de arriba.

Esta pregunta revela datos necesarios para la comprobación de la hipótesis, pues la opinión de la población encuestada al plasmar su visión acerca de veracidad o no de tal fenómeno, permitiéndonos saber si las organizaciones propositivas están cumpliendo con sus objetivos al retransmitir su mensaje y saber si lo están haciendo por las vías adecuadas.

Sin embargo, la parte proporcional a la cual hace una referencia contraria al fenómeno también es un factor importante para el análisis del Ciberactivismo.

Idea del Ciberactivismo

¿Qué piensa que sea el ciberactivismo?



Definición de Ciberactivismo	Porcentaje	No.
Un acto benéfico	3,40%	8
Movimiento social en línea	* 89,70%	206
Un acto subversivo	2,50%	6
No lo sé	4,30%	10

Esta respuesta fue la esperada, puesto al tener los conceptos acerca de la definición del Ciberactivismo, la mayor parte de la muestra, 206 individuos, contestaron la categoría correcta, la cual es "movimiento social en línea", seguido de un mínimo 4.3% de personas las cuales no sabían de su existencia y un 3.4 con la noción de ser un acto benéfico y un 2.5% de ser un acto subversivo.

Esto nos da una perspectiva de a pesar de no tener contacto directo con este fenómeno, la población encuestada, por estar en contacto con las nuevas tecnologías e Internet, pueden asociar bien el concepto.

5.3 Análisis situacional: conclusión del trabajo de investigación

Como se mencionó al inicio del capítulo, la tesis tiene como objetivo saber si la hipótesis planteada. *“El Ciberactivismo actúa como estrategia de comunicación, porque informa, difunde y legitima asimismo existe una acción por parte de los público,”* es correcta.

Al llegar al final de la investigación, terminado con la aplicación del cuestionario desglosado en los apartados anteriores se tienen elementos necesarios para comprobar dicha hipótesis.

La transformación de la sociedad, explicada en el capítulo 2, acerca de la innovación de las organizaciones modernas a raíz de la introducción de las nuevas tecnologías de información gracias a la globalización y el surgimiento de los movimientos propositivos como modelos por la comunicación organizacional por su dinámica de acción son argumentos que sustentan la veracidad del Ciberactivismo como estrategia comunicativa dan el sustento teórico y para obtener mayor justificación en el capítulo 4 se plantearon casos específicos con resultados de éxito, habiendo utilizado dicha estrategia se plantea su eficacia para su logro de objetivos.

No obstante a las premisas antes mencionadas, se quiso afirmar la hipótesis, realizando el sondeo informativo anterior, arrojando datos interesantes acerca del Ciberactivismo, que se presentaran a continuación.

El sondeo informativo arrojó datos notables, la primera etapa revela, efectivamente, que nos encontramos en una Era informacional, donde el uso del Internet es básico y, a pesar de no contar con él de manera directa, las personas buscan tener acceso, como lo muestra la estadística un 80% lo consulta en un cibercafé y un 90% en su trabajo, seguido de la consulta en las escuelas con un 60%.

El uso del correo electrónico es parte fundamental dentro de la red, siendo el principal medio de comunicación; los resultados del cuestionario demuestran un 100% de las personas con correo electrónico para comunicarse con sus familiares, amigos, conocidos e inclusive en el trabajo.

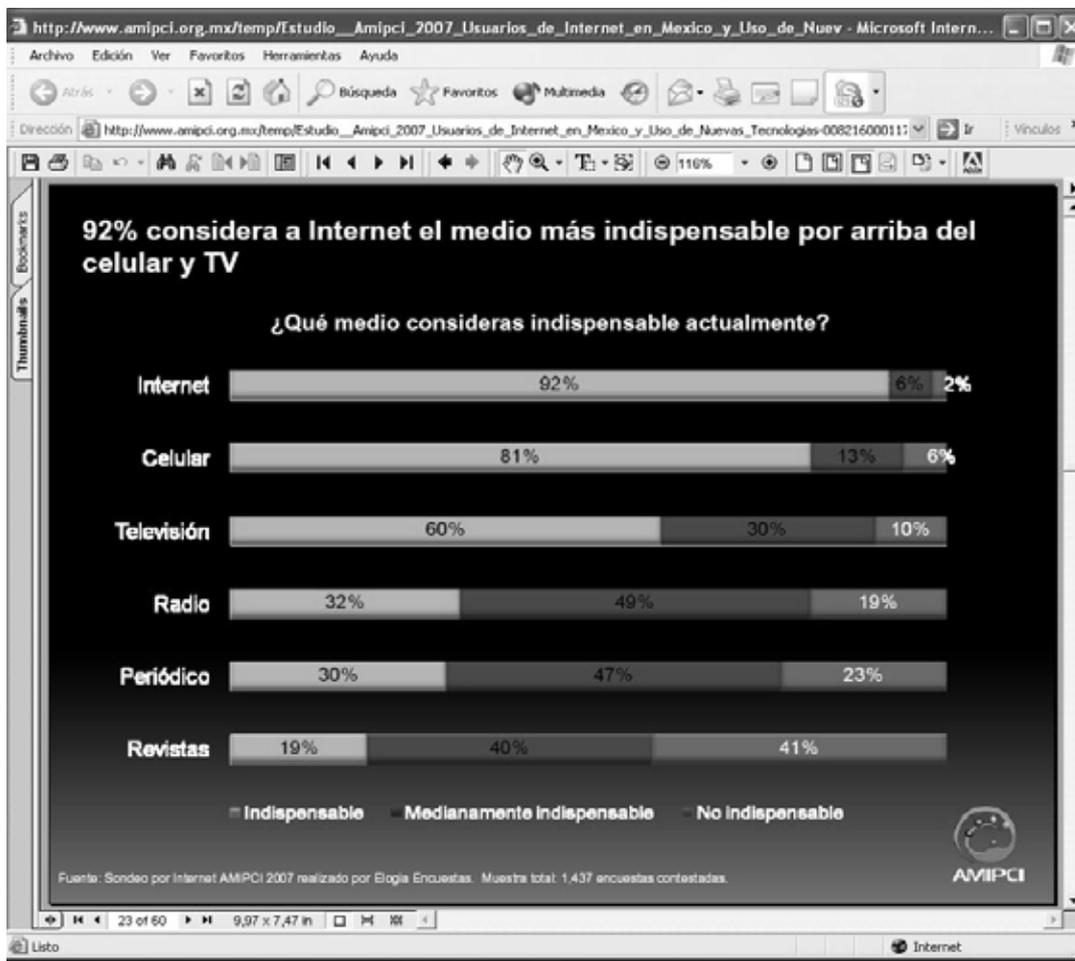
Los datos arrojan el tipo de información, recibida en su correo electrónico, que es básicamente personal, además de ofertas mercantiles y bancarias con un 100%, seguidas de noticias de entretenimiento con un 70%, cultural un 60% y, por último, noticioso con un 50% de los encuestados.

La anterior premisa se sustenta con las páginas Web más visitadas, las cuales son las de entretenimiento con un 100% de la población, seguidas de las páginas diversas como son la consulta de cuentas bancarias, manuales técnicos, tiendas virtuales. Un dato notorio es la preferencia de la población al visitar páginas de la categoría informativas como las revistas, diarios y noticiarios, con un 35%.

Gran parte de los resultados demuestran que el Internet es muy flexible y puede ser utilizado de cualquier modo, en este caso, se encuentra inmerso en una cultura del consumo de la cual el 100% de la población entrevistada se encuentra influenciada.

Una estadística, que ayuda a sustentar mejor esta premisa, es la realizada por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) donde da una muestra mayor de la cual se puede hacer más fidedignos los datos. En la siguiente gráfica, revela la importancia del Internet dentro de la población al ser considerada como la herramienta más indispensable.

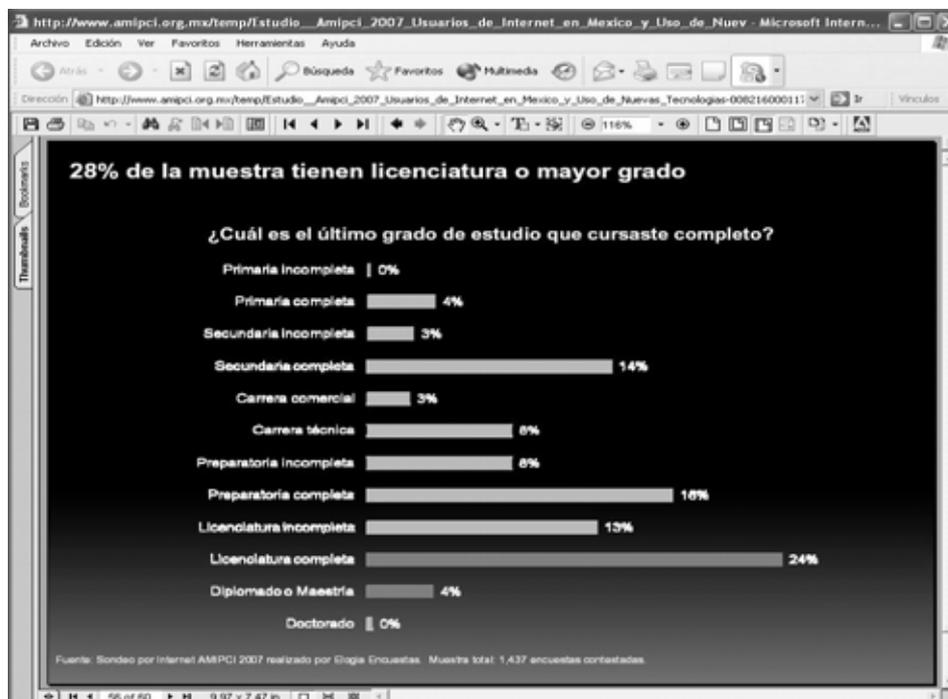
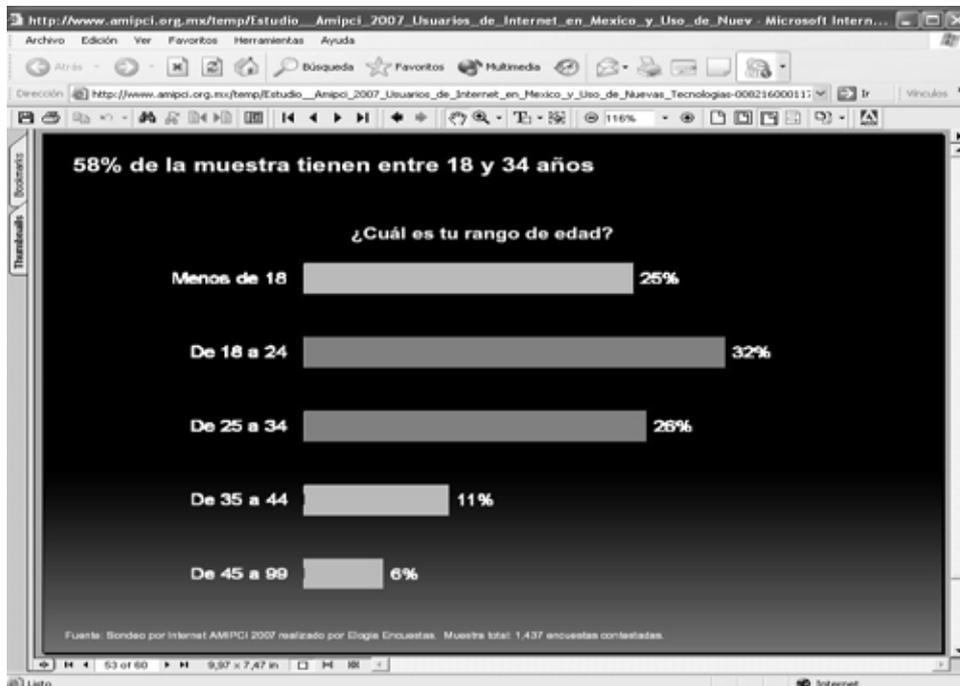
Encuesta realizada por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)¹⁶⁷



Otra estadística que apoya al cuestionario es: la referente a la edad; en el análisis se había notado la mayor participación por parte de la población joven y el grado de estudios de licenciatura; dentro de esta encuesta, también se revelan dichos datos.

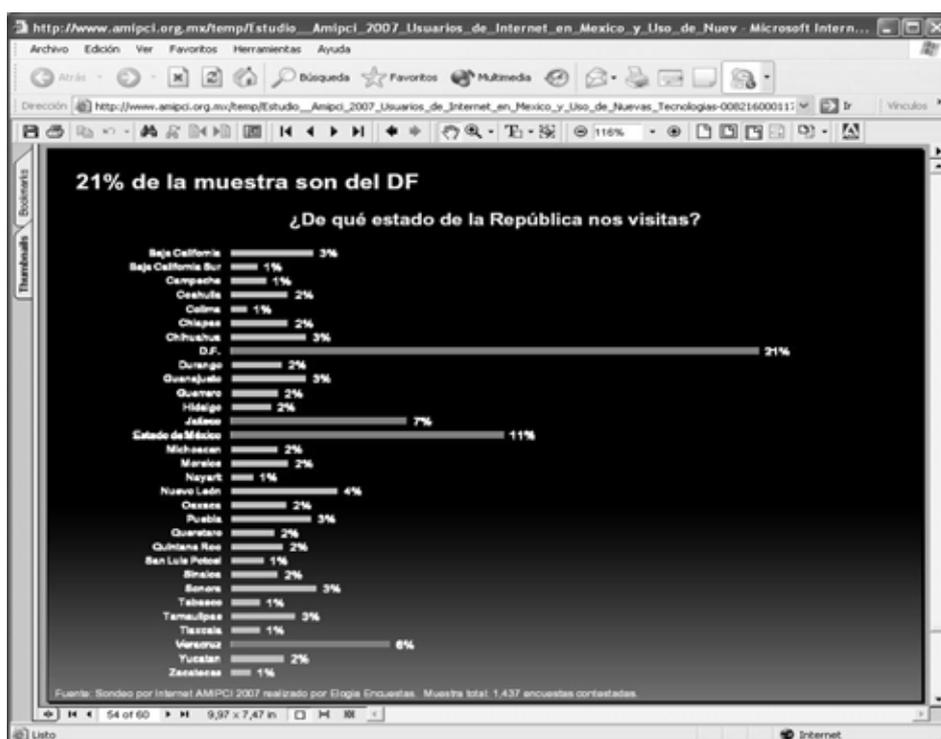
¹⁶⁷ www.amipci.org.mx 6/08/2007 2:30 hrs.

Encuesta realizada por AMIPCI¹⁶⁸



¹⁶⁸ Ibidem.

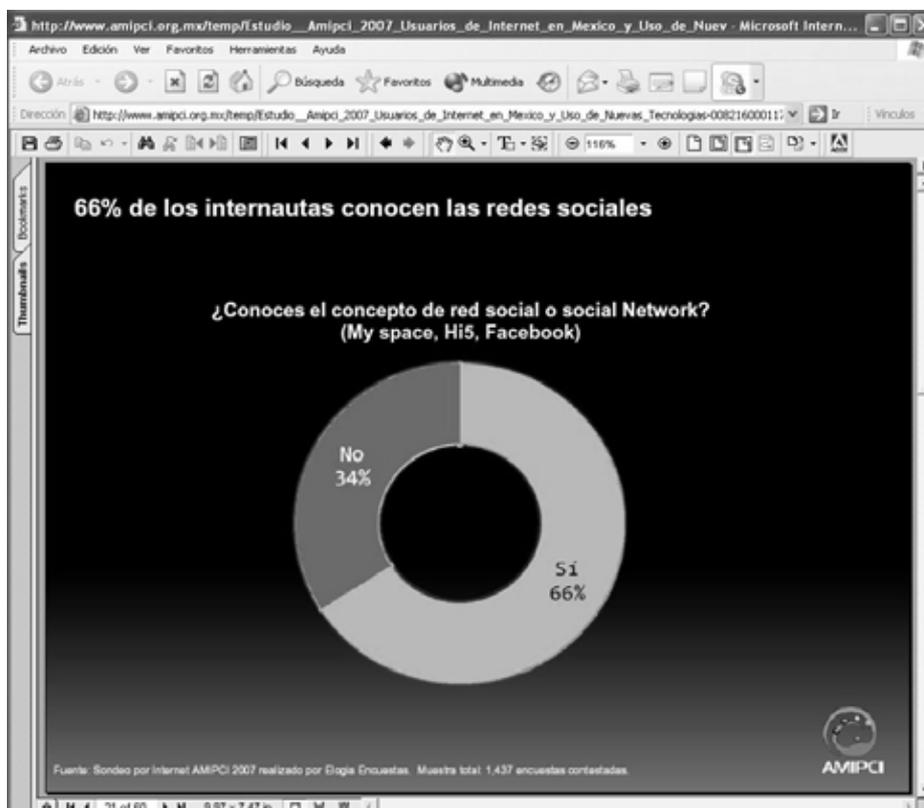
Otro dato interesante encontrado en la encuesta de la Asociación Mexicana de Internet es la población que más cuenta con la herramienta es el Distrito Federal, una urbe, lo cual quiere decir, en las comunidades rurales no pueden acceder a ella, poniéndolos en desventaja con el resto de la población.



Con respecto a la encuesta aplicada para esta investigación se reveló una premisa negativa sobre el alcance comunicativo de las organizaciones propositivas, pues revela a un 40% de la población con conocimientos del Ciberactivismo a un 60% el cual lo desconoce.

Comparándolo con el estudio realizado por AMIPC, se observa como los internautas saben acerca de las redes sociales al revelar un 66% de la población conoce una red social como son

las realizadas por Hi5 My space¹⁶⁹ entre otras, comprobando nuevamente una cultura orientada a buscar dentro de la red solamente medios de entretenimiento.



El cuestionario se dividió en dos segmentos; por el conocimiento de la población acerca del Ciberactivismo, analizaremos por ahora la parte de la población, que si tiene conocimiento de tal fenómeno, después se dará el análisis de la muestra no conocedora del tema.

La muestra enterada sobre el Ciberactivismo, al cuestionarles sobre si dan respuesta a este tipo de solicitudes, contestó de manera favorable; el estudio reveló un 72% de la población ha contestado la petición, porque creen en este tipo de acciones y piensan en su veracidad, con ello cumplen con la finalidad, un porcentaje contesto de igual manera con un 74%, cuando se les cuestionó por qué creían en dichas acciones, las respuestas fueron las siguientes:

¹⁶⁹Denominadas como redes sociales, conformadas por grupos de personas quienes interactúan por medio de la Internet.

- “Se ven los resultados a través de boletines enviados por las organizaciones”.
- “Se sabe son verdad por las noticias”.
- “Por el discurso que manejan las organizaciones”.
- “Porque son enviados por organizaciones de reconocimiento mundial”.

Con las premisas anteriores, puede verse el buen manejo de la información de las organizaciones propositivas, pues existe un convencimiento por parte de los individuos al respecto de las ciberacciones, legitimando, de esta forma, el objetivo de dichas organizaciones.

La minoría de los encuestados presentaron una opinión negativa con respecto a la veracidad de los correos electrónicos enviados por este tipo de organizaciones; con un 26%, las respuestas otorgadas por ellos fueron:

- “Es tan amplia la red para saber si son ciertas”
- “Porque no se puede saber si tuvieron algún efecto”
- “Porque sólo son organizaciones manipuladoras”

A pesar de una mínima respuesta negativa, el Ciberactivismo cumple con la función de ser una estrategia de comunicación; los individuos, quienes han participado en alguna ciberacción, se encuentran convencidos de haber cumplido con el objetivo y haber ayudado a dar solución alguna problemática.

Como resultado de la evaluación de Ciberactivismo como estrategia comunicativa, por medio del sondeo de opinión generado dentro de esta investigación, las conclusiones son las siguientes:

El Ciberactivismo sí actúa como estrategia de comunicación organizacional, porque informa sus objetivos a través de campañas difundidas por medio de sus páginas Web y legitima el acto al hacer partícipes a las personas interesadas, además de integrarlos a la organización, por sentirse identificados con sus objetivos.

Se completa el círculo de la comunicación al tener una respuesta aceptable por parte de los individuos al contestar o reenviar los correos electrónicos de ayuda, quienes han contribuido al cumplimiento de los objetivos planteados por la organización.

El Ciberactivismo sí cumple con la expectativa de las organizaciones propositivas por el alcance obtenido por las personas, quienes han recibido información al respecto; sin embargo, existe un porcentaje considerable que aún no conoce acerca de las propuestas planteadas por estas organizaciones para combatir los problemas sociales antes mencionados y mucho menos conocen su estrategia del Ciberactivismo.

Los datos revelados por el cuestionario reflejan, dentro de una muestra de la población mexicana, que un 60% de los encuestados no sabe sobre la existencia de dicho fenómeno, lo cual puede ser sustentado por la influencia de una cultura de entretenimiento enfocada al ocio humano. Dentro de la red, las personas utilizan el Internet más como medio de entretenimiento; por tal motivo, se planteará una propuesta para identificar cuáles son los factores por lo que no ha llegado el mensaje sobre el Ciberactivismo al resto de la población. En el siguiente apartado se realizará un detalle de dicha propuesta.

5.4 Propuesta

El Ciberactivismo es una estrategia de comunicación efectiva, sin embargo, hay un segmento aún grande de la población que lo desconoce los motivos pueden ser muchos desde una cultura del ocio, orientada a los medios de entretenimiento, hasta la falta o nula credibilidad de los objetivos de las organizaciones propositivas.

Las organizaciones propositivas marcan sus planes de acción y desarrollan estrategias, pero les ha hecho falta la evaluación de las estrategias comunicativas las cuales pueden hacer crecer más adeptos a su causa.

Por ello se hacen las siguientes propuestas:

- Realización de evaluación a la estrategia del Ciberactivismo para saber dónde no está fluyendo de manera adecuada y logre llegar el mensaje a la mayor parte de la población teniendo efectos positivos.
- Un rediseño de la campaña de difusión a nivel global a partir de un plan estratégico de comunicación organizacional.

5.4.1 Realización de la Evaluación de la Estrategia del Ciberactivismo

Con el análisis anterior, se muestra la necesidad de seguir con una evaluación para la mejora de la estrategia, asimismo encontrar otras estrategias, que aporten al cumplimiento de objetivos.

A continuación, se presentan alternativas para la evaluación de la estrategia con base en la comunicación organizacional.

- Entrevistas con sus integrantes. Seleccionar a integrantes activos y tener con ellos una entrevista de semblanza.

- Sondeos de opinión con mayor dimensión. Se pueden utilizar sus propios medios como lo son sus páginas Web o a través del uso del correo electrónico, donde se expongan preguntas acerca de por qué están integrados a este tipo de organizaciones y saber cuáles son los medios por donde se enteraron de las acciones realizadas por las organizaciones.

Algunas sugerencias podrían ser las mencionadas a continuación, sin embargo, para poder saber dónde se encuentra el verdadero problema se propone se realice un plan estratégico de comunicación organizacional.

5.4.1.1 Diseño de plan estratégico de comunicación organizacional

De igual forma, se plantea la realización de un plan de desarrollo organizacional, el cual constara de cinco fases necesarias para la obtención de resultados satisfactorios.

Fase 1. Entorno de las organizaciones emergentes

Investigación del entorno, para conocer cuál es el escenario donde se ubica la organización con respecto a sus públicos externos; para esto, es necesario hacer un análisis de comunicación externa al identificar procesos, herramientas y, principalmente, los medios por los cuales se hace la difusión de su mensaje.

Como se planteó en el primer capítulo, poner mayor atención al entorno como se muestra en el esquema siguiente con los elementos a considerar

Evaluación del Entorno ¹⁷⁰



Los factores a considerar son los siguientes:

- Organizaciones civiles: Conocer las técnicas realizadas por otras organizaciones para retomar algunas ideas.
- Flujos de comunicación externos: las organizaciones deben hacer una análisis acerca de sus flujos de comunicación externos, esto es saber cuáles son sus métodos empleados para llegar a sus públicos y saber cuáles son sus tácticas utilizadas.
- Medios de comunicación, estas organizaciones tienen constante relación con ellos, se debe mantener una buena relación.
- Factor político, identificar a los actores políticos, así como instituciones y gobiernos, que influyen en la determinación de algunos hechos para la organización.

¹⁷⁰ Verónica Ugalde Guzmán, 2008.

- El factor social, reconocer las características socioculturales de la población.
- El factor económico, identificar el poder adquisitivo de la organización, así como el presupuesto planteado para cada actividad.
- El factor cultural, identificar los usos y costumbres.
- El factor tecnológico, determinar las herramientas tecnológicas con las cuales cuentan.

Fase de planeación normativa

Reconocer cuáles son las herramientas y saber la posición de la organización en todos los aspectos; ubicar los objetivos y metas planteados hasta ese momento, y saber si se encuentra caducas, por lo tanto será necesario innovarlas o se siguen manteniendo sin cambios.

Fase de planeación estratégica

Hacer el diseño de estrategias, que ayuden a dar solución al problema, éstas se desarrollaran a partir de la cultura organizacional identificada, pues, de lo contrario, pueden no ser funcionales.

Fase de planeación operativa

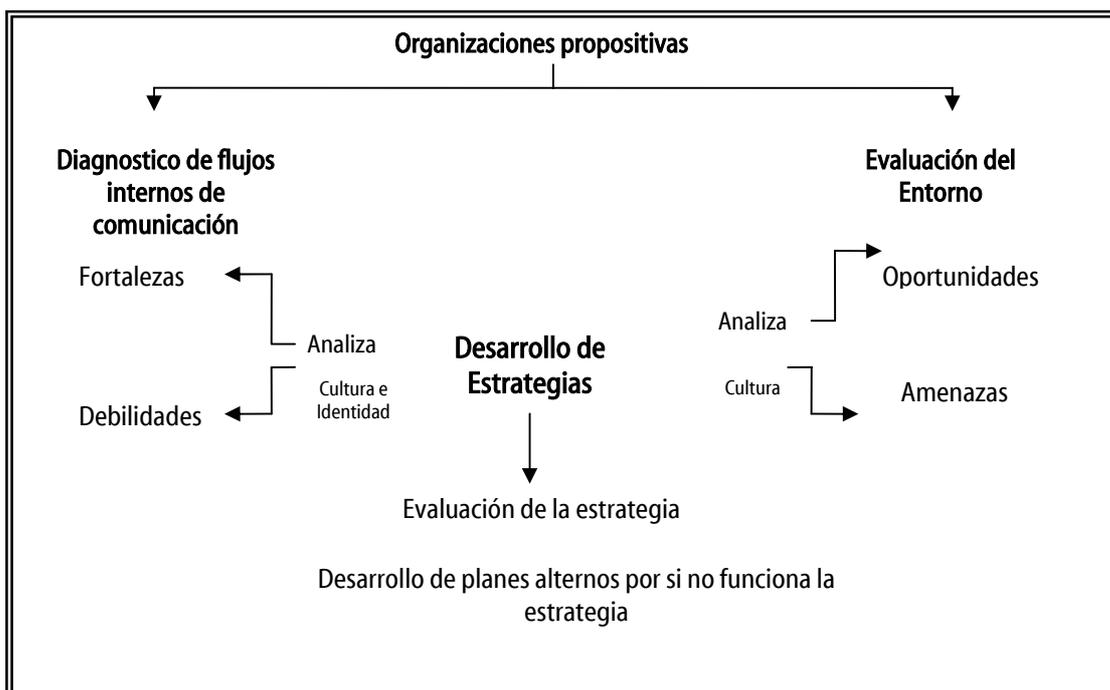
Es la creación de tácticas encaminadas a la estrategia central, para el logro de los objetivos; éstas deberán tener fases de desarrollo e implementación para un mejor uso de los recursos.

Fase de Implementación, revisión y evaluación

Desarrollar las estrategias a través de las tácticas, que se irán evaluando por medio de cuestionarios o sondeos de información para corroborar la efectividad de éstas.

Evaluar la efectividad de los cambios propuestos y rediseñar, en caso necesario, medidas complementarias al proceso para lograr un óptimo funcionamiento.

La quinta etapa cierra la planeación del desarrollo organizacional, que implica un análisis y propuesta de tácticas, las cuales pueden contribuir a un buen funcionamiento o solución de problemas encontrados durante el análisis. Con esta propuesta, se finaliza el trabajo de investigación.

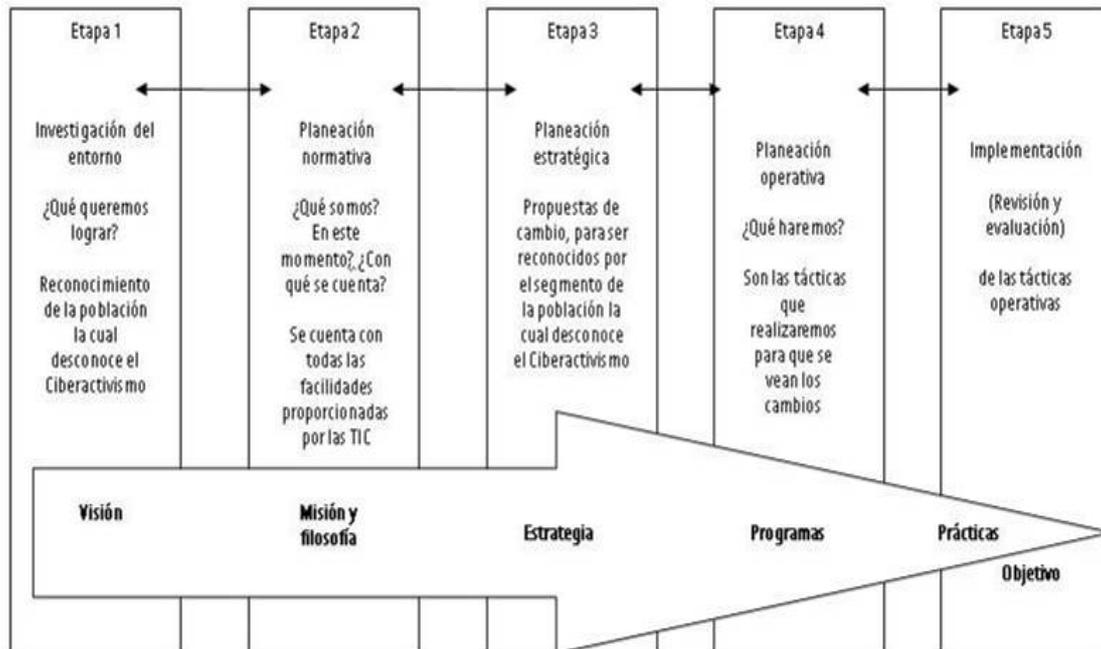


Sin duda, surgieron nuevas expectativas al realizar el trabajo de investigación, las cuales no se tenían consideradas al iniciar dicho análisis enriqueciendo el proyecto ayudando hacer una propuesta de mejora.

El capítulo cumplió con la finalidad de aportar más elementos para la comprobación de la hipótesis central de esta tesis, afirmando la efectividad del Ciberactivismo. El resultado del sondeo informativo arrojó datos que proporcionaron un nuevo planteamiento acerca del alcance de las formas de difusión de las organizaciones propositivas por lo cual se desarrollaron propuestas alternativas, lo cual podría encaminar un nuevo plan de trabajo.

Esquema de la planeación organizacional para evaluación del Ciberactivismo por etapas ¹⁷¹

Plan de desarrollo organizacional para evaluar el Ciberactivismo



¹⁷¹ Verónica Ugalde Guzmán, 2007.

Conclusión

A lo largo de la investigación han surgido elementos, los cuales sirven para la comprobación de la hipótesis principal, llegando a la conclusión del trabajo de investigación con las siguientes premisas.

El primer capítulo aportó la importancia de la comunicación en las organizaciones, pues es así como se logran el cumplimiento de objetivos; el considerar esta disciplina dentro de las organizaciones aportará a abrir sus flujos de comunicación, ayudándolas a difundir el mensaje de una forma más clara y precisa de acuerdo a la situación en la cual se presenten, asimismo adoptarán y transformarán las herramientas aportadas por el entorno a su beneficio. Tal fue el caso de las nuevas tecnologías.

El segundo capítulo nos ayudó a entender el entorno donde nos encontramos, una era informativa. El estudio de éste nos dio el conocimiento suficiente para desarrollar las estrategias necesarias para la sobrevivencia o el cumplimiento de objetivos. Teniendo conocimiento de las herramientas tecnológicas podemos hacer uso de ellas a nuestro beneficio.

El tercer capítulo contribuyó con el estudio del surgimiento de las organizaciones propositivas, su integración y su forma de actuar, destacando la facilidad a la adaptación al cambio, encontrando en él las herramientas necesarias para el cumplimiento de objetivos.

El cuarto capítulo cumple con su objetivo de plantear casos de estudio, donde la eficacia del Ciberactivismo resalta así mismo muestra algunas tácticas utilizadas para el cumplimiento de objetivos como es el uso de los medios electrónicos a través de la Internet.

Dentro de este capítulo se encuentran los estudios de caso, que ayudaron a confirmar la hipótesis principal.

Los casos como el de Amina Lawal, los indígenas raramuris, el caso Nestlé en Etiopía, demuestran a través de hechos la forma de acción de las redes sociales dentro de Internet; dichas organizaciones, por medio del ordenador y con las herramientas básicas de tal fenómeno como el desarrollo de páginas Web seguidas de la buena utilización del correo electrónico, han logrado el desarrollo de trabajo en red, llamado Ciberactivismo.

La comprobación de las acciones se realiza, gracias al sustento de los medios de comunicación, pues a través de ellos se hace más veraz su acción la utilización de los medios impresos son los más favorecidos por las organizaciones para certificar sus actos.

Las formas de legitimar sus actos lo realizan a través de un buen manejo del mensaje para ser comprendido y, sobre todo, llegar a cualquier persona preocupada por el bienestar mundial en los rubros de derechos humanos y deterioro ambiental.

Los mensajes, como se ha hecho mención en el capítulo tercero, se ha hecho por medio de sus páginas Web como principal medio de información, sin embargo han hecho un mejor uso del correo electrónico como su medio de comunicación, por la pronta respuesta por parte de los integrantes de dichas organizaciones contribuyendo de igual forma en la formación de una red mundial de individuos pertenecientes a estas organizaciones.

El Ciberactivismo es una estrategia comunicativa desarrollada por un análisis de comunicación organizacional, ya que engloba todos los determinantes como lo es el análisis socio-cultural, el entorno, imagen, fortaleciendo la identidad y desarrollando metas y objetivos, logrando cumplirlos por medio de la formación de redes sociales a través de los medios electrónicos en este caso por las TIC. Eso es un hecho, sin embargo, faltaba comprobarlo si en realidad funciona como estrategia; por ello, se desarrollo un sondeo informativo.

El último capítulo cumple con el objetivo de aportar datos necesarios los cuales nos ayudaron a saber las dimensiones del Ciberactivismo y su función como estrategia de comunicación organizacional.

Aportando elementos necesarios para el sustento de la tesis, concluyendo en lo siguiente:

- La comunicación organizacional puede traspasar a las redes informáticas, ya que toma en cuenta la comunicación Interna (cultura e identidad) y la comunicación externa (Entorno e imagen) logrando desarrollarse plenamente dentro de las redes.
- Existe una estrecha relación entre la comunicación organizacional y las organizaciones propositivas, porque estas muestran un modelo de comunicación abierta así como el uso de las herramientas comunicativas para hacer cumplir sus objetivos.
- El Ciberactivismo es una estrategia de comunicación organizacional, que podría ampliar el horizonte a las demás organizaciones civiles, quienes deseen integrar a sus públicos a partir de la creación de una nueva cultura e identidad dentro del ciberespacio.

Sin embargo la aportación principal de esta investigación fue identificar el modelo utilizado por las organizaciones apoyadas en las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información para desarrollar estrategias comunicativas para cumplir con sus objetivos, así mismo identificar la funcionalidad de la implementación de las TIC con sus ventajas y fortalecerlas con las desventajas.

Al desarrollar la infraestructura adecuada para comunicar lo que en verdad se desea, es necesario tener presente las desventajas tales como:

- El cuestionamiento de la fidelidad de la información.
- Dispersión del mensaje.
- La intangibilidad del público, pues, en el mayor de los casos, no habrá relación cara a cara.
- El riesgo de la focalización del objetivo central y
- La volatilidad del uso de las tecnologías de información.

La estrategia se puede fortalecer si se considera uno o más de los puntos anteriores y obtener un resultado más apegado a lo esperado.

El resultado de la investigación fue abrir el panorama para el desarrollo de nuevas expectativas con respecto al diseño de estrategias comunicativas en organizaciones considerando aspectos como la nueva cultura tecnológica, donde se pueden desarrollar los proyectos personales. Dentro de la red, el individuo construye su propia información beneficiándose de las aplicaciones tecnológicas dándole la pauta para:

- Para desarrollar información autónoma.
- Difundir a un número incontable de personas.
- Creación o utilización de las redes sociales.
- Innovación de las estrategias.
- Dinámica de interacción.
- Sin mencionar las más conocidas como la reducción de tiempo y respuesta del público y el acortamiento de distancias.

Esta investigación puede concluir con la identificación de nuevos esquemas del apoyo tecnológico como estrategia comunicativa en las organizaciones globales y su funcionalidad en la práctica.

Modelo del apoyo tecnológico en la organizaciones como estrategia comunicativa.



Importancia del manejo del mensaje para la implementación de herramientas tecnológicas de información y comunicación para el logro de objetivos.



- Ventajas**
- Dimensión
 - Pronta respuesta
 - Interactividad
 - Etc.



- Desventajas**
- Falta de credibilidad de la información.
 - Dispersión del objetivo.
 - La intangibilidad del público, pues en el mayor de los casos no habrá relación cara a cara.

Este estudio, de igual manera, demuestra las capacidades y dimensiones para desarrollar estrategias comunicativas por medio de la Internet y facilitar la comunicación en las organizaciones, pues la tendencia se inclina por implementar la innovación de las técnicas comunicativas-tecnologías como motor de funcionamiento.

En la actualidad, aquella organización que no cuente con un portal en Internet se encontrará incomunicado e inclusive excluido de la Era Informacional por lo cual su interacción será más lenta, sin embargo, cabe aclarar que sólo contar con los servicios de la Web no es suficiente sino adaptarlos y desarrollar estrategias comunicativas claras y precisas además de ser dinámicas e innovadoras para lograr su finalidad.

La perspectiva de la comunicación en las organizaciones dentro de este contexto global y regido por las nuevas tecnologías es favorable, como se ha demostrado dentro de esta tesis, la manera contingente de adaptar los medios denota cómo se está reinterpretando el su papel en una dimensión local-global.

Es necesario revisar los paradigmas que afronta ahora la comunicación para desarrollar estrategias alternativas a la globalización en las organizaciones y no pierdan así su identidad cultural en este mundo globalizado y pueda extenderse en el medio global.

Asimismo, logren identificar la multiplicidad de flujos entre los emisores-receptores, pues los medios tecnológicos se transforman a la orden del día y esto genera transformación en los nuevos modos de interacción además de no perderse en la infinita información y lograr la identificación como tal.

El verdadero reto es lograr que la información sea equitativa y plural no sólo para algunos, pues sabemos que el fenómeno de la globalización es imparable, es una realidad en la cual nos vemos involucrados día a día, sin embargo, podremos abrir espacios dentro de estas nuevas organizaciones sociales, donde planteamos alternativas de subsistencia, pero ¿Cómo

hacerlas? Y lo más importante ¿Cómo generar estas situaciones de cambio o mejora de las condiciones de vida actuales?

Las anteriores preguntas fueron el resultado de este proyecto de investigación, que englobó el desarrollo de conceptos tales como: organizaciones propositivas; globalización alternativa, el uso de la comunicación organizacional y, sobre todo, plantear el fenómeno estudiado como una estrategia de comunicación, orientando la investigación a tocar temas de interés social.

El estudio ayudó a determinar estos espacios creados aún dentro de este fenómeno, la globalización; ya no basta quedarse con el viejo modelo del neoliberalismo representado con la Mcdonalización. El mismo sistema está marcando pautas de cambio, sugiere poner atención a los problemas culturales y comunicacionales y asimismo dar propuestas.

No sirve de nada conocer el problema sino ejercemos planes de acción ahora se necesita sustentabilidad, con base en un análisis de la estructura social, adecuando tácticas para desarrollarlas en esta nueva morfología en la cual nos encontramos inmersos, esto es utilizar los medios alternativos de la globalización para el cumplimiento de objetivos benéficos a la sociedad.

Se estudió este tema porque el Ciberactivismo es un fenómeno que ha tomado mayor importancia a últimas fechas, resultó interesante realizar un análisis sobre los movimientos sociales trasportados al ciberespacio, saber cuáles fueron los factores que los impulsaron así cómo su repercusión en la sociedad, ventajas y desventajas de la adopción de las nuevas tecnologías de comunicación e información.

Fue eficiente para el estudio de la comunicación, comprobar su aplicación como estrategia organizacional con la finalidad de agilizar los flujos de comunicación adoptando las nuevas

tecnologías, asimismo conocer el feedback del mensaje, abriendo la posibilidad de que las organizaciones consideren esta disciplina en su cuerpo de trabajo.

El Ciberactivismo como estrategia de comunicación organizacional amplía el horizonte a las demás organizaciones civiles que deseen integrar a sus públicos a partir de la creación de una nueva cultura e identidad.

El interés para investigar éste tema, surgió a partir de la importancia de las teorías de la comunicación contemporáneas, el desarrollo de las nuevas tecnologías de comunicación y el desarrollo de la comunicación organizacional. Del resultado de investigar y analizar éste tema surgieron nuevas propuestas que pueden ayudar a las pequeñas y medianas organizaciones emergentes a un mejor funcionamiento y puedan conectarse a la sociedad de la información.

La investigación sobre el Ciberactivismo demostró que la comunicación se encuentra en todos los procesos sociales, culturales que realiza el hombre y pueden ser una herramienta para la comunicación organizacional.

Fuentes de consulta

Referencias bibliográficas

1. ADLER, RONALD B, **Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones**, México, McGraw-Hill, 8a edición, 2005, 462 pp.
2. AGUIRRE, SADEBA Alfredo Castillo Clavero, Ana Maria Tous, Zamora Dolores (Coord), **Administración de organizaciones en el entorno actual**, España, Pirámide, 2003, 83 pp.
3. ÁVILA, GONZÁLEZ Rafael, **Crítica de la comunicación organizacional**, México, UNAM, Dirección General de Estudios de Posgrado, Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, 2004, 216 Pp.
4. BANDEL, David, **Linux**, México, Prentice Hall, 6 edición, 2001, 983 pp.
5. BARTOLI, Annie, **Comunicación y organización: La organización comunicante y la comunicación organizada**, México, Paidós, 1992, 221 pp.
6. BAYARDO, RUBENS Mónica, **Globalización e Identidad cultural**, Buenos Aires: CICCUS, 2ª. Edición, 1995, 282 pp.
7. BEAUFRE, André, **Introducción a la Estrategia**, España, Instituto de Estudios Políticos, 1966.
8. BECK, Ulrich **¿Que es la globalización? : falacias del globalismo, respuestas a la globalización**, Barcelona, México, Paidós, 1998, 223 pp.

9. BETTETINI, Gianfranco, **Las nuevas tecnologías de la comunicación**, Barcelona, Paidós, 1995, 304 pp.
10. BONILLA, GUTIÉRREZ Carlos, **La comunicación: Función básica de las relaciones públicas**, México, Trillas, 1988, 1ra. edición ,109 pp.
11. BONILLA, GUTIÉRREZ Carlos, **Relaciones públicas: factor de competitividad para empresas e instituciones: guía para directores generales y encargados de la función**, México, Patria Cultural, 2002, 1ra. edición, 164 pp.
12. CAPRIOTTI, Paul, **Planificación estratégica de la imagen corporativa**, Barcelona, Ariel, 1999, 254 pp.
13. CARBALLAR, FALCÓN José Antonio, **Internet: libro del navegante**, Madrid, Rama, 2002, 3a Edición, 462 pp.
14. CASTELLS, Manuel **La sociedad red** v.1 La sociedad red -- v.2 El poder de la identidad -- v.3 Fin de milenio México, Siglo XXI, 1999, 5ta Edición, 495 pp.
15. CASTELLS, Manuel v.2 **El poder de la identidad** v.1 La sociedad red -- -- v.3 Fin de milenio México, Siglo XXI, 1999, 5ta Edición, 495 pp.
16. CASTELLS, Manuel **Fin de milenio**, v.1 La sociedad red -- v.2 El poder de la identidad -- v.3 Fin de milenio México, Siglo XXI, 1999, 5ta Edición ,446 pp.
17. CASTELLS, Manuel, **La Galaxia Internet**, Barcelona, 2003, 1era Edición en Bolsillo 363 pp.

18. CEBRIÁN, Juan Luis, **La red**, España, Punto de lectura, 2000, 2da edición 277 pp.
19. CROVI, Delia, **Educación en la era de las redes: una mirada desde la comunicación**, México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales: Sistemas técnicos de edición, 2006, 1ra. edición, 195 pp.
20. CROVI, Delia **Sociedad de la Información y el conocimiento. Entre el optimismo y desesperanza**, Buenos Aires, La crujia, 2004, 391 pp.
21. ELIAS, Joan, **Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación: diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados**, Barcelona, 1998, 306 pp.
22. ESTEFANÍA, Joaquín, **Hij@ ¿Qué es la globalización?**, España, Punto de lectura, 2004, 219 pp.
23. ETKIN, Jorge Ricardo, **Identidad de las organizaciones: Invariancia y cambio** Buenos aires, México, Paidós, 1989, 331 pp.
24. FERNÁNDEZ, COLLADO Carlos, **La comunicación en las organizaciones**, México, Trillas, 1991, 368 pp.
25. FERNÁNDEZ, COLLADO Carlos, **La Comunicación humana en un mundo contemporáneo**, México, Mc Graw Hill, 2a edición, 1995, 411 pp.
26. FLORES, OLEA Víctor, **Internet y la Revolución electrónica**, México, Océano, 1997, 3ra Edición, 140 pp.

27. GARCÍA, BLANCO José Maria, **¿Más allá de la modernidad? las dimensiones de la información la comunicación y sus nuevas tecnologías**, Centro de Investigaciones sociológicas CIS, Madrid, 2002, 2a edición, 610 pp.
28. GARCÍA, CANCLINI Néstor, **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad**, Barcelona, Gedisa, 2004 223 Pp.
29. GARRIDO, Francisco Javier, **Comunicación Estratégica**, Barcelona, Gestión, 2000, 251pp.
30. GATES, Bill, **Los negocios en la Era Digital, como adaptar la tecnología informática para obtener el mayor beneficio**, México, Plaza & Janes, 1999, 158 pp.
31. GIDDENS, Anthony, **Un mundo desbocado: los efectos de la globalización en nuestras vidas**, Madrid, Santillana, Taurus, 2000, 117 pp.
32. GOLDHABER, Gerald M. **Comunicación organizacional**, México, Logos consorcio, 1977, 423 pp.
33. GONZÁLEZ, LLACA, Edmundo, **Teoría y práctica de la propaganda**, México, Grijalbo, 1981, 200 pp.
34. GUBERN, Román. **El Eros electrónico**, México, Taurus, 2000, 225 pp
35. HUXLEY, Aldous, **Un Mundo Feliz**, México, 253 pp.

36. IANNI, Octavio, **Teorías de la Globalización**, México, Siglo XXI, 2002, 184 pp.
37. IANNI, Octavio, **La Era del Globalismo**, México, Siglo XXI, 2001, 215 pp.
38. KATZ, James E, **Consecuencias sociales del uso de Internet**, Barcelona, UOC, 2005, 418 pp.
39. LEVINE, John R, **Internet para dummies**. México, 10a. Edición, 2006, 390 pp.
40. LEVY, Pierre, **¿Que es lo virtual?**, Barcelona, Paidós, Iberica, 1999, 135 pp.
41. LIBAERT, Thierry, **El plan de comunicación organizacional: cómo definir y organizar la estrategia de comunicación**, México, Limusa, 2005, 283 pp.
42. LÓPEZ, Ángela, **Comisión Independiente sobre Problemas Internacionales del Desarrollo**, Colección pluma universitaria, Bogotá, Pluma, 1980, 462 pp.
43. LUCAS, Marín Antonio, **Sociología de la comunicación**, Madrid, Trotta, 1999, 276 pp.
44. MAIGRET, Eric, **Sociología de la comunicación y de los medios**, México, FCE, 2005, 2a edición, 493 pp.
45. MAY, Christopher, **The information society: a sceptical view**, USA, Blackwell Publishers Ltd, 2002.
46. MCLUHAN, Marshall, **Guerra y paz en la aldea global**, Barcelona, Martínez Roca, 1971, 196 pp.

47. MEDIAVILLA, Gerardo, **La comunicación corporativa en el deporte: como organizar y gestionar la imagen de una empresa, institución o evento deportivo**, Madrid, Gymnos, 2001, 185 pp.
48. MEILAN, Xavier **Comunicarse en Internet**, Madrid, Santillana, 2002, 301 pp.
49. NOSNIK, Abraham, **Comunicación organizacional practica: Manual gerencial** México, Trillas, 1988, 111 pp.
50. PÉREZ, Rafael, **Estrategias de comunicación**, Barcelona, Ariel, 2001, 780 pp.
51. REBEIL CORELLA, Maria Antonieta, Celia RuizSandoval, Resendiz, coords. **El poder de la comunicación en las organizaciones**, Mexico, Plaza y Valdes, 1998, 386 pp.
52. RIECHMANN, Jorge, **Redes que dan libertad: introducción a los nuevos movimientos sociales**, Barcelona, Paidós, 1994, 304 pp.
53. ROBBINS, Stephen, **Comportamiento organizacional**, México, D.F, Pearson Educación, 2004, 10a Edición, 675 pp.
54. SAXE, John (coord.), **Globalización: crítica a un paradigma**, UNAM, Plaza y Janes, 1999.

55. VILAS, Carlos M, **Seis ideas falsas de la globalización**, CEIICH-UNAM, 1999.
56. VILLAFANE, GALLEGO Justo, **Imagen positiva: gestión estratégica de la imagen de las empresas**, Madrid, Pirámide, 1993, 341 pp.

Tesis

57. BONILLA GUTIÉRREZ Carlos. **Comunicaciones internas en la organización**. Tesis profesional. UNAM, FCPYS 1995.

Páginas Web

58. Aguirre, Baztán Ángel. **¿Qué es la cultura de la empresa?** [en línea], N°27 Febrero, 2003 Universidad de Barcelona, Dirección URL: <http://www.plazamayor.net/antropologia/boant/articulos/FEB0302.html>, 14/08/2006.
59. Amnistía Internacional México, <http://www.amnistia.org.mx/>
60. Asociación Mexicana de Internet en México. www.amipci.org.mx
61. Conferencia lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento.
<http://www.uoc.es/web/esp/articles/castells/print.html>
62. <http://www.hipersociologia.org.ar>
63. <http://www.inweb18.worldbanck.org/external/lac/lac.nsf/33340524>: 13:35 Hrs. 1/junio/06.

64. <http://www.hist.puc.cl/historia/iaspm/pdf/Garciaconclini.pdf> 1/junio/08 17:00 hrs.
65. Juan José S. Aguila-Collantes, **Internet 2¿Red del Futuro?** [en línea], Revista de las tecnologías de la información, Dirección URL: <http://infolac.ucol.mx/archivo/mayo/bit.pdf> 14/10/2008 20:00 hrs.
66. Carlos Casasús López Hermosa, **Internet 2 Generando Redes de Colaboración**, [en línea] Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet (CUDI) Dirección URL: <http://ciberhabitat.gob.mx/universidad/internet2/index.html> Diciembre, 2004. 15/10/2008. 15:38 hrs.
67. www.notimex.com.mx, 16/08/2008, 18:44 hrs.
68. Greenpeace México <http://www.greenpeace.org/mexico/>
69. www.hotmail.com
70. <http://www.eluniversal.com.mx/>
71. <http://www.peacebuildersinitiative.org>
72. <http://www.avaaz.org/es>
73. Instituto Nacional de Estadística y Geografía, <http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.aspx>

Referencias hemerográficas

74. Conozca Más. **El Nuevo Internet Tú yoube adentro de la blogosfera**, periodismo ciudadano, DF Marzo 2007, Edición 1803.

75. Oscar Hernández, reportero, **Desnudándose en la Red**, investigaciones especiales Noticiero de Joaquín López Doriga, Canal 2, 22:30-23:40 hrs, 27 de agosto de 2008
76. Jones George. **Ya es una quinceañera**, **Information week México Business, Innovation Powered by Technology**, Noviembre 20, 2006 Núm. 13.
77. Gaona, Norberto, **La Nueva Formula**, Infomation Week México, Núm. 170, México, Netmedia publishing,septiembre 20 2007.