

Medios emergentes: Entre la tecnificación, el entretenimiento y la política¹



Manuel Santillán-Vásquez

Consultor en comunicación corporativa, profesor investigador en la Universidad de Lima

Este ensayo aborda el emergente impacto de las tecnologías en nuestras sociedades tomando en cuenta el rol especial de los contenidos, los medios de comunicación y la participación ciudadana. Se buscará diferenciar los tipos de información en la red y su aprovechamiento desde una perspectiva crítica para luego hacer un vínculo hacia una realidad mas cercana a la del autor e ilustrar con eso cómo los medios emergentes están teniendo impactos en contextos que no son cercanos a los países de mayor desarrollo.

Partiendo del panorama mencionado se busca dar respuesta a lo siguiente: ¿Significa la inmediatez que nos facilita la red y el desarrollo tecnológico un fenómeno que resulta provechoso por igual a todas nuestras sociedades? ¿En qué medida las condiciones económicas, sociales y culturales determinan distintos tipos de “digitalización”^[1] de las naciones? ¿Qué características específicas trae la tecnificación en realidades distintas a las del primer mundo?

Este ensayo de diagnóstico exploratorio y cualitativo se basa en observaciones hechas a Perú y su entorno digital y considera específicamente los recientes sucesos de su acontecer político en donde los usos de plataformas interactivas de información estuvieron muy presentes. Esto ocurrirá considerando a los medios emergentes y tomando en cuenta el aprovechamiento alternativo que movimientos sociales autónomos le vieron a la manifestación de sus intereses políticos en redes sociales.

El objetivo, y desde un ángulo proyectivo quizá, este ensayo pueda constituir una opción que permita interpretar en qué medida se dan coincidencias con realidades más cercanas al entorno latinoamericano y sirva a su vez para contrastar con realidades que cuentan con una mayor penetración a internet y son más cercanas a los centros de desarrollo tecnológico.

La estructura socio-informacional de la comunicación en la red

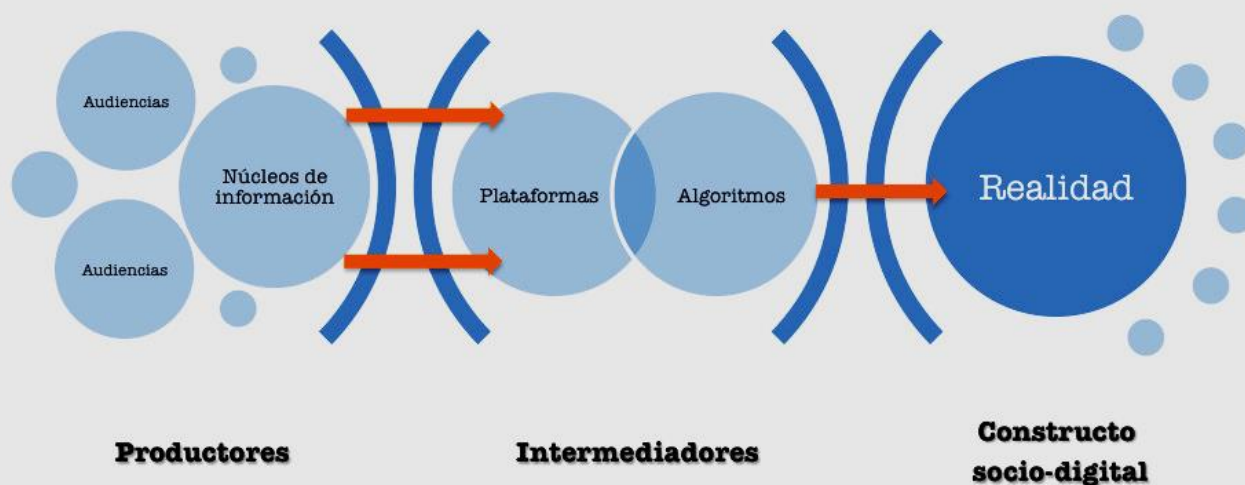
Sin duda uno de los mayores e innegables aportes de la tecnificación de las sociedades es la enorme cantidad de información que se produce día a día resultado de la autonomía de las audiencias convertidas en productoras de información. Todo parece indicar que esto es posible gracias a dispositivos cada vez más sofisticados que permiten registrar en tiempo real

¹ Ponencia para ORBICOM, Red de las Cátedras UNESCO de Comunicación, que diseña un panorama funcional de los medios de comunicación en el Perú desde una visión humanística. (París, Francia)

todo tipo de información en todo formato y que posteriormente terminan compartiéndose en alguna plataforma de interacción social conectada a internet.

Estructura socio-informacional

Realidad pseudo globalizada – *Weltgeist* - *Zeitgeist*



La realidad construida por los contenidos en red es por consecuencia una que por un lado proviene de las audiencias mismas y por otro de los núcleos productores de información entendidos estos como las zonas geográficas desde donde se produce la mayor cantidad de contenidos que terminan insertándose en la esfera social y en la opinión pública. (Castells, 2013) Ambos aportan en la elaboración de un constructo socio-digital, de una realidad pseudo-globalizada, el *Weltgeist* por citar a Hegel (Stekeler-Weithofer, 2006) o el *Zeitgeist* según *Google*, el “espíritu de la humanidad” de nuestros tiempos. (Google *Zeitgeist* 2015)

¿Pero es esa información circundante en la red realmente información útil, en un sentido estrechamente humanístico, o se trata de otro tipo de contenido que refleja el decaimiento cultural e intelectual en la que nuestra “civilización del espectáculo” parece encontrarse sin salida? ¿Es ese contenido realmente un contenido donde prima el entretenimiento desenfrenado sin reparos y donde la privacidad de las personas pasó de lo secreto a lo público, sin retorno? Son preguntas que cada sociedad puede responder para si mismas pudiendo ser esto un ejercicio importante y autocrítico de la situación en la que nos encontramos.

Si a lo anteriormente expuesto le sumamos la velocidad con la que esos contenidos se desplazan por la red, incluso mucho antes que un medio de comunicación haya podido tomar nota de cualquier suceso, nos percatamos que estamos ante circunstancias nunca antes vistas que hasta han requerido el uso de términos nuevos para ilustrar la velocidad con la que la información llega a nuestras pantallas haciendo alusión a la velocidad con la que se desplazan los virus entre los humanos.

Si a lo descrito anteriormente se sumase todo aquello que algunos autores vienen advirtiendo sobre los algoritmos, todos los casos registrados en los que la información ha sido víctima de los algoritmos, por ejemplo, tendremos una explicación estructural del panorama de las comunicaciones en nuestros tiempos, un panorama que no distingue naciones. (Bozdog, E. & van den Hoven, J, 2015)[\[2\]](#) Es innegable que estos algoritmos se han llegado a convertir en reales filtros de información donde podríamos afirmar que todo aquello que finalmente vemos en nuestras pantallas es lo que esos nuevos guardianes de la información definen lo qué es más relevante para nosotros.

Por consiguiente, ese constructo filtrado de la realidad, producido por pocos, divulgado por muchos, con características específicas muy cercanas al universo de lo irrelevante e intervenido además por los algoritmos, bots y programas informáticos, es lo que se asume, se percibe, se cree reconocer como el reflejo real de eso que ocurre allá afuera en el mundo.[\[3\]](#)

La meta información y el valor de la interacción con los contenidos en la red

El proceso mismo de la comunicación moderna es intrínsecamente un proceso interactivo y multidireccional. Dentro de cada una de las etapas emisor-mensaje-canal-receptor es por primera vez posible registrar, cuantificar y digitalizar todo tipo de interacción con la información, con los contenidos. Esa gran masa de metadatos con características nunca antes vistas ha despertado gran interés, no solo comercial sino público también, al constituir esa data información que podría aprovecharse de manera inteligente para el desarrollo de nuestras sociedades. La *big data*, término que describe toda una estructura de negocio, es desde el punto de vista comercial información que se pone a disposición de los diferentes actores de una sociedad a través de las múltiples plataformas intermediadoras.[\[4\]](#)

La *big data* es una información que puede encontrarse segmentada dependiendo de múltiples variables, pero sobre todo se encuentra diferenciada acorde a los intereses asociados a los contenidos consumidos en la red. La *big data* adquiere entonces un enorme potencial comercial útil para la atracción de la audiencia ideal. Lo crítico es que en esa data prima la reacción del internauta no necesariamente relacionado a la calidad del contenido ya que, por lo general, contenidos con alto grado de interacción, son aquellos que tienen una fuerte dosis de entretenimiento y que buscan despertar el sentimiento por encima de la razón.

Por consecuencia la *big data* es útil a todo nivel, en la economía, en el mercadeo, para las industrias, para los medios de comunicación, pero también para los organismos públicos. Lo interesante es que esa *big data* vendría a ser mucho más relevante si fuese sustraída de un universo más amplio, es decir desde poblaciones con un mayor acceso y uso de internet y si además esta data pudiese surgir de un contexto digital donde existan plataformas

inteligentes que busquen el desarrollo humano de las sociedades. Esto último lamentablemente no se da en el caso peruano.

Acceso a tecnologías o la disparidad del determinismo tecnológico

Todo parece indicar que el mecanismo que acerca las tecnologías a las personas es uno que ocurre de manera inmediata. Cualquier producto tecnológico, a diferencia de lo que ocurría en décadas pasadas, no tarda mucho en llegar a cualquier parte, mas rápido aún si se trata de alguna descarga de aplicativo o algún otro servicio en línea. Junto a eso se observa un alto grado de apropiación de todo aquello que está ligado a internet, esto ocurre sin límites ni restricción alguna, ya no existen fronteras para este comportamiento que parece ser inherente a nuestra especie humana.

América Latina no ha estado excluida de los avances tecnológicos, de hecho es una de las regiones donde la penetración a internet se da a gran escala, también las tarifas de acceso a internet donde antes se tenía que pagar hasta el doble de lo que se paga en países desarrollados a estas alturas han llegado a niveles más asequibles para los latinoamericanos.^[5] Las empresas desarrolladoras de tecnologías y prestadoras de servicios a internet por su lado no han esperado a que el ingreso per cápita suba para hacerles accesibles dispositivos y ponerles a disposición accesos a internet cada vez más rápidos. La rentabilidad de este tipo de negocios es muy alta.

Pero por otro lado respecto de los precios de los dispositivos tecnológicos, poniendo como ejemplos auriculares, teléfonos y relojes inteligentes, videojuegos, entre otros, son productos que pueden llegar a costar hasta un 123% más de lo que cuesta en el país que los desarrolla. Las diferencias de costos son abismales incluso considerando la tasa de cambio del dólar, moneda en la que se cotizan la mayoría de las tecnologías ligadas a la comunicación y el entretenimiento. (IntegraGO, 2016)

Aun contando con tecnologías de alta gama, en realidades donde los niveles de extrema pobreza todavía persisten y donde la penetración de internet apenas llega al 40% de la población, y si llega es de pésima calidad, significa un aprovechamiento de tecnologías muy limitado y no pleno y es por ende dispar en relación al aprovechamiento que se le da en sociedades de mayor desarrollo y penetración tecnológica. Sumado a eso, según estudios realizados en Perú, se corrobora que los usos de las modernas tecnologías de la información están destinadas principalmente al entretenimiento. (IPSOS, 2016)

El caso peruano, los medios de comunicación tradicionales y los emergentes, entre la tecnificación, la política y el entretenimiento.

En este contexto tecno-comunicacional, descrito líneas arriba, se da la organización social de una economía emergente como la peruana, una sociedad donde instituciones, movimientos sociales, la sociedad civil en general, medios de comunicación, tradicionales y emergentes, y los múltiples actores de la economía cumplen un rol acondicionados por los cambios tecnológicos. Procuraremos describir puntualmente algunos detalles característicos de esa realidad.

- Dilema y estructura de los medios de comunicación

Los medios de comunicación privados peruanos décadas atrás no desconocieron las oportunidades que trae internet, tanto es así que en la actualidad se aprovecha muy bien el entorno digital utilizando ahí también la información como medio para generar beneficios, aunque aquí se tenga que competir con un panorama de ofertantes de información mucho más abierto. Cabe destacar que el éxito comercial de los medios privados en el ámbito digital ha prosperado y se viene nutriendo de las circunstancias en torno a las condiciones tecnológicas y a las preferencias de las audiencias que hemos descrito líneas arriba.

Concretamente los medios tradicionales en sus versiones digitales distan de ser un periodismo que considera la información como un servicio y como un bien común sino más bien como una mercancía. Lamentablemente las versiones digitales de los diarios serios están muy lejos de ese ideal, estos se encuentran más preocupados por el tráfico web y por la defensa de los intereses de carácter político y empresarial afines a los suyos.

Por otro lado, se puede tomar nota de los llamados medios de información emergentes quienes se encuentran buscando su lugar en un camino todavía incierto y lleno de dificultades para ser auto-sostenibles. Los ejemplos de este tipo para el caso peruano son poco cuantiosos. Aquí la batalla se da a nivel de contenidos entre dos fuerzas distintas y

Medios de comunicación tradicionales y emergentes

Entre la tecnificación, la política y el entretenimiento

- Incertidumbre sobre su auto-sostenibilidad
- Poco cuantiosos y bajos recursos
- Vigilantes de la relación de medios con economía y política.
- Abordan temas incómodos para el establishment mediático, económico y político



- Aprovechan entorno digital, beneficios.
- Periodismo como mercancía. Prima el afán por el tráfico web.
- Tendencias monopólicas.
- Estrecha relación con intereses de carácter económico y político

Subsistema de medios aportantes al sistema general de desarrollo

disparejas, medios digitales emergentes de bajos recursos versus los medios tradicionales establecidos de tendencias monopólicas. Lo que resulta de esa confrontación es que la estrecha relación de los medios tradicionales con los intereses de carácter económico y político está siendo vigilado en mayor medida por los medios emergentes abordando temas incómodos para el *establishment* mediático, económico y político.

Todo esto es pues un diagnóstico donde se determina que la estructura actual de los medios de comunicación no contribuye como subsistema al funcionamiento del sistema democrático y a la sociedad en general. En el caso peruano se trata de un sistema disfuncional, liberal con rasgos mínimos de responsabilidad social. Se trata también de medios polarizados y concentrados en manos de pocos conglomerados mediáticos. Los intentos para impulsar un cambio de esa situación hacia un sistema más corporativo democrático que permita un pluralismo mayor al interior de los medios periodísticos han sido fallidos, por no decir inexistentes.

Un debate de amplia base en el que se busque identificar el rol más oportuno de los medios para el desarrollo de la sociedad peruana no ha tenido lugar, tampoco desde los círculos académicos, mucho menos desde los mismos empresarios dueños de esos medios de comunicación quienes tienen las facultades de auto regulación. Con la toma de mando de un nuevo gobierno este 2016 se ha iniciado una discusión abierta sobre la ética de los contenidos en los programas televisivos de señal abierta.

De la circunstancia aquí descrita queda preguntarnos si la digitalización para el caso peruano ha mejorado las condiciones de los medios de comunicación entendida como un subsistema estrechamente relacionado con el desarrollo de la sociedad y acorde a sus necesidades inmediatas.

- Medios sociales emergentes: Auge y problemática de la interacción parasocial en internet

Las nuevas formas de socialización se ven estructuralmente influenciadas por las redes sociales, en el caso peruano éstas se han constituido en un importante actor en la interacción social, sin embargo, son redes que disfrutan un número limitado de personas principalmente ubicadas en las urbes de mayor densidad poblacional. (IPSOS, 2016)

Cabe mencionar que el principal uso que se le da a la internet, más allá del entretenimiento y de la interacción social, es el de la búsqueda de información, una información que, como se mencionó anteriormente, se encuentra sujeta a la estructura socio-informacional y al sistema de medios de comunicación característicos de la sociedad peruana. Sumado a eso habría que destacar el alto grado de ubicuidad de estos contenidos debido al creciente número de dispositivos móviles con acceso a internet.

En ese sentido es frecuente observar cómo la conversación online llega a trasladarse al espacio offline. Este es un fenómeno muy común y es una situación que describe la fuerte presencia de las redes sociales no solo en la sociedad peruana. Es interesante notar que en algunos casos la conversación en redes, no atendida por los medios tradicionales, llega a ponerse en agenda por estos y es llevada a la discusión dentro de contextos comunicativos

más amplios. Problemático resulta si la aparición de propaganda automatizada basada en *bots* digitales o perfiles falsos en redes sociales que buscan manipular u opacar debates en línea, pero también confundir y desinformar. No hay regulación alguna para esto. Como se puede apreciar las condiciones comunicativas en la sociedad peruana escapan aparentemente del dominio mismo de las personas y quedan en las manos de las tecnologías, de las plataformas de interacción social, de los *bots* y de los algoritmos.

- La media digital emergente y las redes sociales

A pesar de ese panorama, quizá poco alentador, en los últimos meses han surgido notables propuestas de comunicación en el entorno digital, portales que han puesto a disposición información que a los medios establecidos les hubiera costado publicar. Esto ocurre a pesar que el público conectado a internet, como lo hemos mencionado, sea uno muy restringido y con costumbres de consumo muy particulares donde se apuesta más por el entretenimiento que por la veraz información.

Lo interesante sí es que dentro de ese contexto los nuevos espacios digitales constituyen una propuesta de información alternativa acorde a nuevas demandas justas y poco atendidas. En el caso peruano se trata de portales que llevan información distinta y de calidad que además están generando un importante impacto en la participación ciudadana en temas que la clase política no llega a abordar.

Cabe resaltar que tanto agrupaciones, como colectivos o grupos autónomos están viendo articulados sus intereses en línea en mayor medida, esto a través de los distintos espacios que se tiene a disposición en internet. En los últimos dos años la agenda temática articulada en internet, ha significado un aporte considerable a la opinión pública y al fortalecimiento de la sociedad sobre temas de vital coyuntura no solo nacional sino también de carácter internacional. Aquí el principal catalizador ha sido las redes sociales y los ciudadanos allí conglomerados, pero también han servido los insumos noticiosos provenientes de los medios emergentes y alternativos cuya existencia futura dependerá de su capacidad de convertirse en rentables en un país donde todavía a la mayoría le importa más cubrir sus necesidades básicas que estar en internet.

- Democracia abierta, tecnopolítica y sociabilidad

En lo político, lejos del mercadeo, en la participación de la ciudadanía a través de redes sociales y en el marco de las recientes elecciones realizadas en el Perú se puede evidenciar una nueva y creciente forma de interacción y socialización. En los últimos años la participación política ha visto sumarse a una ciudadanía distinta que actúa a través de una nueva dinámica. Estas prácticas políticas emergentes evidencian una nueva sensibilidad que configura a un nuevo sujeto político más allá de las organizaciones sociales clásicas, incluso superándolas en acción y auto-organización hecho posible a través de espacios de interacción social en internet.

La tecnopolítica, se ha visto puesta en práctica en temas como defensa de las libertades digitales, feminismo, derechos laborales o defensa de los bienes comunes, pero lamentablemente en algunos casos se han mantenido en el espacio digital sin repercusión

real. A esto se suma el hecho que en el caso peruano apenas un 14% de los casi 10 millones de peruanos con acceso a redes sociales son partícipes y activos en temas políticos.^[6] Solo este porcentaje es el que también se informa de manera activa en los distintos espacios digitales. Si se observa con detenimiento los temas llevados al debate en la esfera digital generalmente defienden intereses de ciudadanos en las urbes de mayor penetración y desarrollo, principalmente la capital. Los otros intereses, aquellos de poblaciones más alejadas, encuentran un espacio en las calles con poca repercusión y apoyo del resto de la población.

- El aprovechamiento de las tecnologías y la *big data*, tarea pendiente

Por el lado de los organismos públicos el aprovechamiento de la *big data* está estrechamente ligado a la capacidad estructural y financiera y sobre todo a la voluntad de los gobiernos para entender primero, priorizar luego y mantener finalmente una gestión continua dentro de una visión a largo plazo. El caso peruano muestra un desentendimiento y poco compromiso que no va más allá de los intereses oportunistas electorales. Es más, en materias de compromisos internacionales sobre Gobierno Abierto dentro del *Open Government Partnership*, que busca promover la transparencia, empoderar a los ciudadanos, combatir la corrupción y aprovechar las nuevas tecnologías para fortalecer la gobernanza, el país ha incumplido algunos acuerdos.

Ejemplos exitosos como los que se vienen realizando por el *Global Pulse Project*, por encargo de las Naciones Unidas, muestran ya cómo a través del análisis numérico y lingüístico es posible, por ejemplo, saber cuál es el diálogo que se da en internet al rededor del tema de las vacunas, es decir saber qué piensan y qué sienten las personas para ayudar a identificar las áreas del diálogo donde se cuenta con una alta resistencia a las vacunas y poder así intervenir a favor de los ciudadanos para aclarar posibles dudas.

Para Perú se pueden identificar proyectos que están haciendo uso de las tecnologías para principalmente transparentar la información y fomentar la observación ciudadana en la política. Estos casos que han venido teniendo un buen desempeño han sido portales que contribuyen a identificar las hojas de vida de los candidatos al congreso, ver los planes de gobierno y compararlos, también portales y aplicativos que permiten vigilar los gastos de campaña, así como observar las cuentas oficiales del estado para evaluar la neutralidad de esas cuentas durante contiendas electorales.

Sobre este mismo tema y en relación a los medios de comunicación emergentes son justamente estos quienes están sabiendo usar la data disponible en internet para elaborar informes enriquecidos con esa información y que en algunos casos les ha permitido sacar a la luz información que los medios tradicionales no han sabido aprovechar, se trata además de información que es presentada en formatos interactivos acorde a las costumbres y usabilidad de las audiencias.

Aquí todavía hay mucho camino por recorrer, la *big data* y la utilización por parte de los organismos públicos es insuficiente y no se traduce en proyectos que puedan convertirse en propuestas sostenibles. Conforme se vayan fortaleciendo las instituciones competentes y se establezca un plan independientemente de los gobiernos de turno se logrará

darle sostenibilidad a todo proyecto que apueste por una eficiente utilización de la información digitalizada.

A manera de conclusión

Entendemos al humanismo como una actitud basada en valores en el que el ser humano es el elemento central alrededor del cual gira la vida social. De esa premisa surge la pregunta sobre si es posible integrar dentro de una sola frase la palabra “tecnología” o “digital” junto a la de “humanismo”. La realidad observada por lo menos nos traslada a una situación donde sí es posible ver esta convivencia que en el papel muchas veces parece difícil de entender.

La observación fenomenológica de la comunicación social de un país en vías de desarrollo como Perú y de las tecnologías que la acondicionan nos llevan a afirmar que el ser humano empieza a perder el control frente a las tecnologías. Aunque también podría afirmarse que se están dando justamente gracias a las tecnologías nuevas formas virtuales de participación en grupo y que incluso se establecen conversaciones en espacios muy distantes, diversos y en tiempo real, y entre grupos de personas con gustos e intereses cada vez más segmentados. Eso nos indica que estamos viendo un nuevo ser humano que quizá todavía no ha entendido que se encuentra en un momento importante en la evolución de la humanidad, un ser humano con enormes ganas de saber, de conocer y que gracias a todos estos avances tecnológicos le es posible realizar para ver mejorar, a pesar de todas las dificultades y disparidades, su educación, su salud, su calidad de vida.

Las tecnologías van a un tiempo demasiado rápido para países donde existen circunstancias estructurales, económicas y sociales que no encontramos en países de mayor desarrollo. Para el caso peruano en específico se puede concluir que los accesos a los diferentes avances tecnológicos no construyen necesariamente modelos participativos e inclusivos orientados al desarrollo de su territorio y su población, pero si se pueden destacar avances importantes en la oferta de contenidos provenientes de los medios emergentes digitales y avances también en la socialización de intereses antes no atendidos por los medios de comunicación tradicionales. Sobre los contenidos en toda la esfera digital se puede además notar que existen de manera latente factores que hacen prevalecer algunos contenidos por encima de otros, junto a esto se suma la circunstancia que el avance de las tecnologías ocurre dentro de una euforia mercantilista sin frenos ni barreras que principalmente distraen y entretienen más que socializan, informan y educan.

El humanismo digital entendido desde la realidad de un país en vías de desarrollo podría ser un valor que busque lograr una mayor sintonía con las tecnologías y su consecuente aprovechamiento en consideración de la todavía existente divisoria digital y social.

Ponencia presentada: octubre 2016, Paris, Francia. Para ORBICOM

Sitio web del simposio: <http://humanismenumerique.fr/es/inicio/>

Publicación impresa adquirible aquí: <http://www.lcdpu.fr/collections/ecrituresdumonde/>

Referencias

- Alianza para el gobierno abierto. <http://www.opengovpartnership.org/es>
- Bozdog, E. & van den Hoven, J. Breaking the filter bubble: democracy and design. *Ethics Inf Technol* (2015) 17: 249.
- Ballantine, P. W., & Martin. (2005). Forming parasocial interaction in online communities. The University of Auckland, Auckland.
- Castells Olivan, M., & Hernández, M. (2013). *Comunicación y poder*. México D. F: Siglo xxi.
- Coleman, B., and Shirky, Clay. *Hello Avatar*. (2011). Rise of the Networked Generation. Cambridge, US: The MIT Press.
- Diario Gestión. “La otra guerra electoral en el Perú se libra en las redes sociales” Recuperado 2 de junio 2016 de <http://gestion.pe/politica/otra-guerra-electoral-peru-se-libra-redes-sociales-2162276>
- Emerging Technology from the arXiv (20 de setiembre de 2016) The growing problem of bots that fight online. Recuperado de https://www.technologyreview.com/s/602421/the-growing-problem-of-bots-that-fight-online/?utm_campaign=socialflow&utm_source=facebook&utm_medium=post
- Gutierrez, B. (2016, 17 de agosto) Democracia Abierta primer año, selección: América Latina: de la cosmopolítica a la tecnopolítica. OpenDemocracy. Recuperado de <https://www.opendemocracy.net/democraciaabierta/bernardo-gutierrez-gonz-lez/democraciaabierta-primer-o-selecci-n-am-rica-latina-de>
- Goodson, Bon (2016, 27 de junio) In a data-obsessed era, language matters. Here's why. Recuperado de <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/in-a-data-obsessed-era-language-matters/>
- Google Zeitgeist 2015. https://www.google.es/trends/story/2015_GLOBAL
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Global Pulse United Nations. *Harnessing big data for development and humanitarian action*. <http://www.unglobalpulse.org/>
- IntegraGO (2016) Informe de precios regionales – tecnológicos 2015. Recuperado de <http://integrago.com/informes/Informe-tecnologia-marketing.pdf>
- Hábitos, usos y actitudes hacia Internet. 2016. Ipsos Apoyo Opinión y Mercado (Perú).
- ITU. (2015) *Measuring the information society report 2015*. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2015.aspx>
- José Van Dijk - Entrevista (28 de agosto de 2016) Una calle de dos manos. Página 12. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/imprimir/diario/suplementos/libros/10-5919-2016-08-28.html>
- Oyarce, J. (noviembre 2014 – Octubre 2015) Influencia de las tecnologías de comunicación en las culturas ashaninka y nomatsigenga de la selva central del Perú. En: *TecCom Studies. Estudios de tecnología y comunicación*. 6(4), 51-70. Recuperado de <http://www.teccomstudies.com/articulos/file/101-2016-02-14-14-52-29>

- Sabilia, P. (2008). La intimidad como espectáculo (1a ed.). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Stekeler-Weithofer, P. (2006). Grundthemen Philosophie: Philosophiegeschichte. Berlin/Boston, DE: De Gruyter.
- Pouschter, Jacob. (2016, 22 de febrero) Social networking very popular among adult internet users in emerging and developing nations. Recuperado de <http://www.pewglobal.org/2016/02/22/social-networking-very-popular-among-adult-internet-users-in-emerging-and-developing-nations/>
- Vargas LLosa, M. (2012). La civilización del espectáculo. Lima: Alfaguara.

Notas

[1] “Digitalización” entendido aquí acorde a lo definido por la CMSI en la que se ve a la Sociedad de la Información como una sociedad integradora, que busca poner el potencial del conocimiento y las TIC al servicio del desarrollo y que procura fomentar la utilización de la información y del conocimiento para la consecución de los objetivos de desarrollo acordados internacionalmente en los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

[2] Recientes e innumerables artículos periodísticos informan sobre este tema. Huffington Post: Filterbubbles are shrinking our minds. Recuperado de <http://www.huffingtonpost.in/ishtiaque-hossain/filter-bubbles-are-shrinking-our-minds/> . New York Times: Google and Facebook take aim at fake news sites. Recuperado de: https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-that-host-fake-news-from-using-its-ad-service.html?_r=0

[3]¿No nos recuerdan estos “filtros de información” aquel debate sobre el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)? Esta vez los filtros de información son diferentes, no es el factor humano, no son las agencias de noticias en manos de pocas naciones sino es un filtro de carácter tecnológico. Es un tema que va mas allá de la neutralidad de la red y es un debate que al parecer todavía no ha querido iniciar porque confiamos en la buena fe de los grandes desarrolladores de tecnologías y plataformas de información e interacción social.

[4] Entendida aquí como toda plataforma en internet, no solo redes sociales, que permiten un intercambio de mensajes y registrar una interacción.

[5] De acuerdo al informe de CEPAL sobre el Estado de la banda ancha en América Latina y el Caribes 2016. Recuperado de: <http://www.cepal.org/es/publicaciones/estado-la-banda-ancha-america-latina-caribe-2016>

[6] “La otra guerra electoral en el Perú se libra en las redes sociales” Recuperado 2 de junio 2016 de <http://gestion.pe/politica/otra-guerra-electoral-peru-se-libra-redes-sociales-2162276>