



SECRETARIADO EPISCOPAL DE AMERICA CENTRAL SEDAC

COMISIÓN CENTROAMERICANA DE COMUNICACIÓN CATÓLICA

Lic. Jorge Hidalgo
Su Oficina.

Muy Estimado Licenciado Hidalgo.

Por este medio, La Comisión de Comunicación del Secretariado Episcopal de América Central (SEDAC) le estamos invitando formalmente para participar como conferencista en el **VIII ENCUENTRO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CATÓLICOS DE CENTROMERICA Y MÉXICO**, evento a realizarse en la ciudad de San Pedro Sula – Honduras, del 16 al 18 de Mayo del presente año 2012. En el que revisaremos los avances del pasado encuentro, Tendremos espacios de formación con los Temas de Cultura Digital, Mercadeo, Convergencia y Producción en los Medios de: Prensa, TV, Radio e Internet.

Agradezco de antemano la atención que se preste a este esfuerzo dirigido a fortalecer el trabajo orgánico en nuestra Iglesia, confiando en Dios que contaremos con su valiosa participación para nuestra misión evangelizadora y pidiéndole a nuestro Señor y nuestra Madre Santísima derrame sobre ustedes muchas bendiciones, le saluda,

En Cristo Comunicador,

MONS. ROMULO EMILIANI, cmf
Presidente Comisión Centroamericana de Medios de Comunicación
SEDAC (Secretariado Episcopal de América Central)



INICIO QUIENES SOMOS PAÍSES GALERÍA MULTIMEDIA MISIÓN CONTINENTAL RRIAL C.A Y MÉXICO MEDIOS ON LINE ENLACES

VIII Red de Medios de Comunicación de Centroamérica y México Sampedranos reciben a periodistas católicos



San Pedro Sula es sede del VIII Encuentro de la Red de Medios de Comunicación de Centroamérica y México, a realizarse del 14 al 18 de Mayo, en la casa de retiro Monte Horeb.

Según Justo López, Secretario Ejecutivo de la Comisión de Comunicación del SEDAC, los participantes en esta formación son directores de Medios de Comunicación de televisión, prensa escrita, radio y de la Red Informática de la Iglesia en América Latina, RRIAL. "Así mismo vienen los Obispos responsables de Medios de Comunicación por parte de las CCEE, los Secretarios Ejecutivos de cada Conferencia y los responsables RRIAL de cada país".

El slogan que marcará la pauta de este evento es: Unidos en Red para promover la Dignidad. "Su enfoque central es la sostenibilidad futura e inmediata de los Medios de Comunicación y promoción de la conciencia de la dignidad humana desde los Medios de Comunicación Social".

López indicó que se espera la participación de unos setenta comunicadores, procedentes de cada país de la Región de Centroamérica, y posiblemente hermanos del Caribe. Los expositores son Jorge Hidalgo (México), Fernando Gutiérrez (Colombia), Luis Guillermo Rubiano (Colombia), y vía Internet, Susana Nuin (CELAM).

"Es extremadamente importante para nosotros, toca este año en Honduras, estamos contentos de recibir a todos los comunicadores sociales", expresó Monseñor Rómulo Emiliani, quien es el Obispo responsable del Departamento de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal de Honduras, CEH.

La participación en estos encuentros nutre la relación de los comunicadores y fortalece las estrategias de la misión a la que están llamados todos: evangelizar. "El encuentro lo que busca es la integración de esta región con una sola Iglesia que es, somos una sola Iglesia, pero debemos integrarnos de manera efectiva", comentó Monseñor Emiliani.

"Eso implica intercambiar información, conocernos mejor, apoyar la Conferencia Episcopal que más necesita en algún momento determinado, apoyar el proyecto de un país, es decir integrarnos, conocernos más para apoyarnos mejor", explicó.

El Obispo Auxiliar de la Diócesis de San Pedro Sula también dijo que el objetivo de este encuentro es vivir intensamente la presencia de Cristo comunicador, "desde el Evangelio de Jesús, para desde ahí convertirnos en evangelizadores del Reino, todo esto en el marco del año de la fe y evaluando todo el trabajo que hemos hecho desde el último encuentro en México".

Además en estos eventos se busca compartir conocimientos, sobretodo relacionados al mundo de la tecnología; al mismo tiempo se aprenden nuevas estrategias que algunos países están implementado con éxito en sus Medios de Comunicación y en la Pastoral.

Hay muchas expectativas de este encuentro, sobre todo para Honduras que requiere fortalecer la misión de los Medios de Comunicación católicos ante la realidad de violencia, corrupción y pobreza extrema que ha incrementado en el último año. Así que será de mucho beneficio conocer la experiencia de otros países.

La Pastoral de Medios de Comunicación en Honduras en algunas zonas necesita fortalecerse, pero en muchos lugares es necesario que se forme a nivel de parroquias y diócesis, para que así se cuente con verdaderos discípulos del Señor desde la profesión del comunicador social. Y que los Medios de Comunicación no sólo innoven, también que vivan la realidad de la gente y que sean antes de anunciar las Buenas Nuevas pero también de denunciar la injusticia social.

Honduras cuenta varios Medios de Comunicación católicos que requieren apoyo. "Nos faltan más Medios para llegar a más gente. Está el Seminario Católico FIDES que es bastante completo, hay varias televisoras pequeñas que luchan por mantenerse en el aire, también está Canal 48 que ha experimentado golpes muy duros como el derrumbe del edificio y que ha logrado levantarse. Hay veintiséis radios católicas en el país que tratan de formar concientización en el pueblo y que evangelizan", comentó Monseñor Emiliani.

"En general estamos bien, pero nos falta más apoyo económico, más recursos tecnológicos y también coordinar mejor las actividades que hacemos como red, a veces fallamos en los noticieros, no damos la noticia a tiempo y pues tenemos que ser más responsables en la radios con las labores comunes que tenemos a nivel nacional", señaló Monseñor Rómulo Emiliani.

Por: Johanna Kattan

idespa@fundacionceh.org

	Lunes 14	Martes 15	Miércoles 16	Jueves 17	Viernes 18	Sábado 19
	Levantada	Levantada	Levantada	Levantada	Levantada	
	Eucaristía de Apertura (Monseñor Rómulo Emiliani)	Eucaristía (Monseñor Gregorio Rosa)	Eucaristía (Monseñor Quiroz)	Eucaristía de Clausura (Monseñor Rómulo Emiliani)		
	Desayuno	Desayuno	Desayuno	Desayuno		
	<u>Primera Sesión de trabajo</u>	<u>Primera Sesión de trabajo</u>	<u>Primera Sesión de trabajo</u>	<u>Primera Sesión de trabajo</u>		
L	Palabras de Bienvenida e Inicio del Encuentro (Monseñor Rómulo y Monseñor Gregorio)	Lectura de la Relatoría del día anterior.	Lectura de la Relatoría del día anterior.	Lectura de la Relatoría del día anterior.		S
L	Presentación de los Participantes (María Elena Fajardo)	Convergencia digital en los MCS: El impacto de la multipantalla en la producción de contenidos de los MCS	Gestión de contenidos en perspectiva hipermedia para radio, prensa, internet	Mensaje jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2012. (Mons. Rosa)		A
E	Presentación de la Red, Historia y su Actualidad (Justo López)	(Fernando Gutiérrez)	Jorge Hidalgo	Tema : MCS en tiempos de crisis (Mons. Rómulo)		L
G						I
A						D
D						A
A	Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio		
	<u>Segunda Sesión de trabajo</u>	<u>Segunda Sesión de trabajo</u>	<u>Segunda Sesión de trabajo</u>	<u>Segunda Sesión de trabajo</u>		
	Producción de MCS con enfoque comunitario (Lic. Fernando Gutiérrez)	Presentación proyecto IPTV (Lo Conceptual) (Luis Guillermo)	Panel de Gestión de contenidos para MCS Católicos en perspectiva hipermedia (Fernando Gutiérrez, Jorge Hidalgo y Susana Nuín; Moderador: Mons. Quiroz)	Presentación del consolidado del aporte esperado como red		
				Toma de decisión sobre proyectos prioritarios para el w de la red 2012-2013		
	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo	Almuerzo		
	<u>Tercera Sesión de trabajo</u>	<u>Tercera Sesión de trabajo</u>	<u>Tercera Sesión de trabajo</u>			
Inducción para nuevos incorporados a la red	Producción de MCS con enfoque comunitario (Fernando Gutiérrez)	Convergencia digital en MCS: Impacto en la gestión de los contenidos de radio, prensa, tv e internet. (Jorge Hidalgo)	Presentación proyecto IPTV (Lo Operativo) (Luis Guillermo)			

	Refrigerio	Refrigerio	Refrigerio		
	<u>Cuarta sesión de trabajo</u> Mesas de trabajo (por MCS): Puesta en común de las problemáticas y construcción conjunta de 5 ideas de innovación para los medios presentes Puesta en común del trabajo de las mesas e identificación del aporte como red a los proyectos de innovación	<u>Cuarta sesión de trabajo</u> Mesas de trabajo (por MCS): Puesta en común de las problemáticas y construcción conjunta de 5 ideas de innovación para los medios presentes	<u>Cuarta sesión de trabajo</u> Mesas de trabajo (por MCS) y plenaria: Redes sociales: usos y aplicaciones en perspectiva eclesial. Porge Hidalgo	P A S E O (Propuestas: / Radio Luz/ Alguna Plaza, etc.)	
	Cena	Cena	Cena		
	1era. Noche Cultural Presentación trabajo por País	2da. Noche Cultural Presentación trabajo por País	3ra. Noche Cultural Presentación trabajo por país		

Enfoque central: La sostenibilidad futura e inmediata de los medios y promoción de la conciencia de la dignidad humana desde los MCS Católicos

Charlas Iniciales Comunes: Ofrecer elementos de teoría y praxis que aporten a comprender y mejorar la propia práctica (Ver)

Charlas Taller Especializados por medio de Comunicación: (problematizar la práctica: Retos y problemática actuales) (Juzgar)

Reflexión por Medio de Comunicación: Ideas de innovación para el propio medio, en perspectiva de sostenibilidad, asociada a la gestión de contenidos y la convergencia digital (Actuar)

Proyectos Comunes como Red: Aporte posible como red a los proyectos individuales y a la misión continental en la región (Devolución Creativa – Praxis renovada)

Convergencia digital en MOOCs
Impacto en la gestión de los contenidos de radio, prensa, tv e internet

Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA)
 Facultad de Comunicación, Universidad Anahuac
 Jorge A. Hidalgo Toledo
 Facebook: /jorahidalgo
 Twitter: @jhidalgo

La Globalización de la Cultura Digital

- Extensión global de las redes de relación y colaboración
- Intensificación de la interconectividad
- Aceleración de los flujos globales
- Impacto de la propensión de la interconexión global: toma de decisiones, institucional, distributivo y estructural

Fuente: David Foray & Anthony McQueen, David Gaubatz & Jonathan Perraton (2008) *Reinventing Globalization*

Dimensiones de la Globalización

- **Infraestructura**
• Comunicación en tiempo real
- **Institucionalización**
• Cultura y prácticas organizacionales
- **Estratificación y asimetría**
• Nuevas brechas
- **Modos de interacción**
• Colaboración, Coerción y competencia

Fuente: David Foray & Anthony McQueen, David Gaubatz & Jonathan Perraton (2008) *Reinventing Globalization*

Capital social y Sociedad del Conocimiento

Fuente: Basado en Hays, Rodríguez Casarín, Ramiro Ramos, 2008

Nuevos conflictos

- **Sociedad preindustrial** → Lucha por la libertad
- **Sociedad industrial** → Lucha por la justicia
- **Sociedad del conocimiento** → Lucha por la felicidad y el reconocimiento
- **Sociedad hiperindustrial** → Lucha por la identidad

Fuente: Basado en Stein, 1988

Transformaciones históricas de la racionalidad productiva

Fordismo	Postfordismo fordista	Metaindustria Amazonismo	Hiperfordismo Facebookismo
Producción			
<ul style="list-style-type: none"> • Fabricación serie • Estandarización • Economías de escala 	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricación en lote o conjunto • Diferenciación • Economías de alcance 	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricación bajo demanda • Personalización • Economías <i>long tail</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Crowdsourcing</i> • Socialización • <i>Free economy</i>
Trabajo			
<ul style="list-style-type: none"> • Tercera singular • Capacitación mínima • Disciplina 	<ul style="list-style-type: none"> • Tercera múltiples • Mucha capacitación • Responsabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiperespecialización • Capacitación a distancia • Responsabilidad social 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Unlearning</i> • Inteligencia colectiva • Trabajo colaborativo • Ética cooperativa

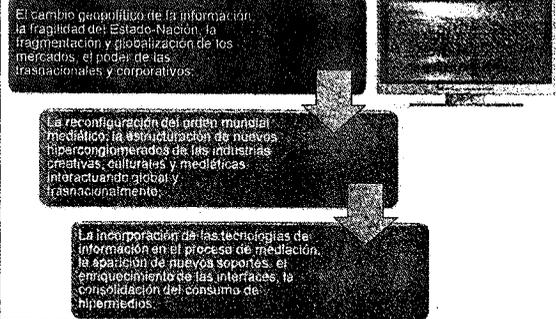
Fuente: Basado en Foray, 1998

Transformaciones históricas de la racionalidad productiva

Formismo	Postformismo	Metaformismo	Hiperformismo
Estado			
- Regulación - Estado de bienestar	- Desregulación - Privatización del bienestar	- Autoregulación - Mercados de bienestar	- Corregulación - Socialización del bienestar
Identidad			
- Consumo de masas - Afiliabilidad - Cultura nacional - Identidad - Nación	- Consumo individualizado (estilo de vida) - Posmodernidad - Global - Crisis de identidad - Patrician	- Consumo bajo demanda - Transmodernidad - Global - Hibridación - Diáspora	- Hiperconsumo - Hipermodernidad - Transespacial - Transtemporal - Identidades múltiples - No-nación

Fuente: Delgado en Henry, 1996

Transformaciones radicales del proceso de comunicación

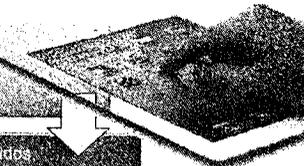


Transformaciones radicales del proceso de comunicación

La hibridación de contenidos, la sofisticación de las narrativas hipermediales y la complejidad estética.

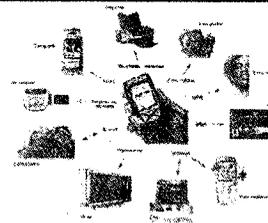
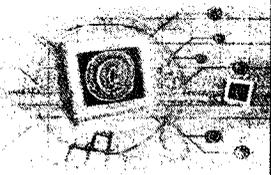
La digitalización de contenidos, la apertura de nuevos canales de distribución y ventanas de exhibición.

La fragmentación de las audiencias, la configuración de identidades mediales e hipermediales.



Convergencias múltiples

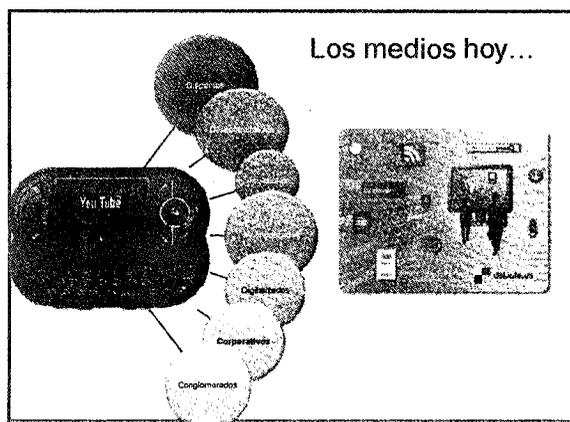
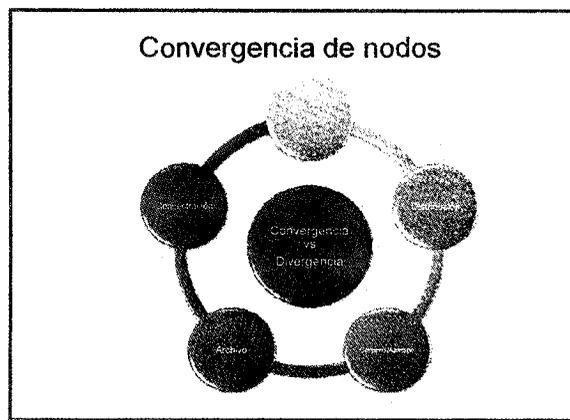
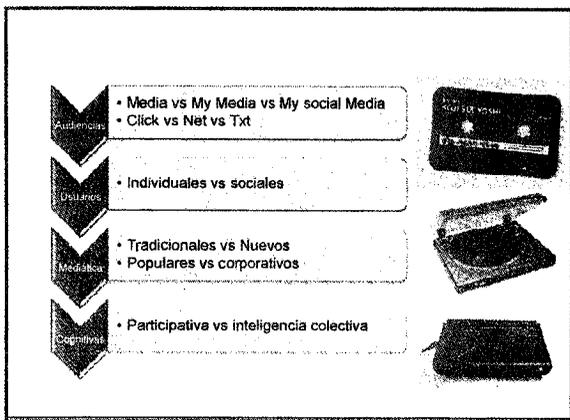
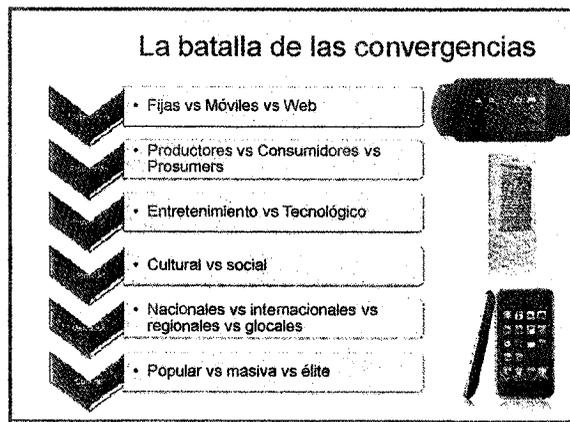
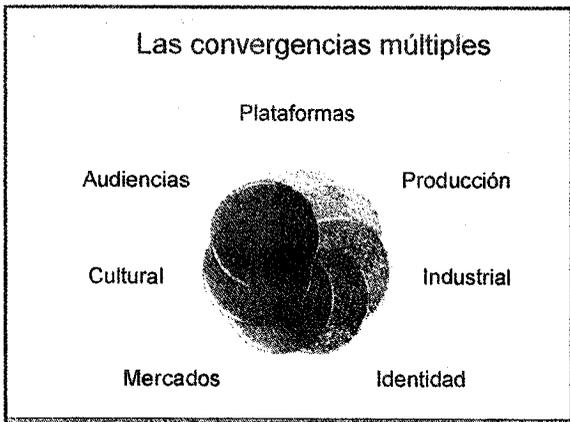
• Estamos ante un verdadero cambio mediático el entrecruce de los medios fríos y calientes, está generando ondas climáticas cuyo impacto en la ecología de medios, seguimos sin comprender. Esperemos un fuerte éxodo en esta nueva era mediáticamente glacial.

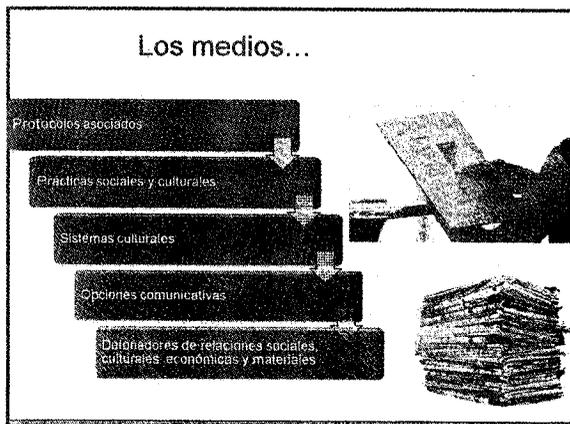


"Bienvenidos a la cultura de la convergencia, donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediático interactúan de maneras impredecibles"

(Henry Jenkins)

Fuente: Jenkins, H. (2006) Convergencia cultural. España: Paidós



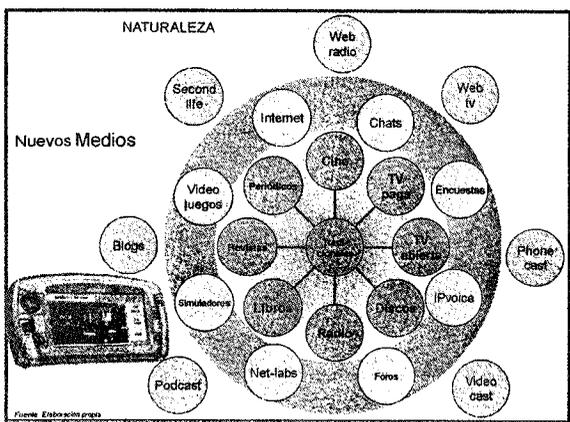
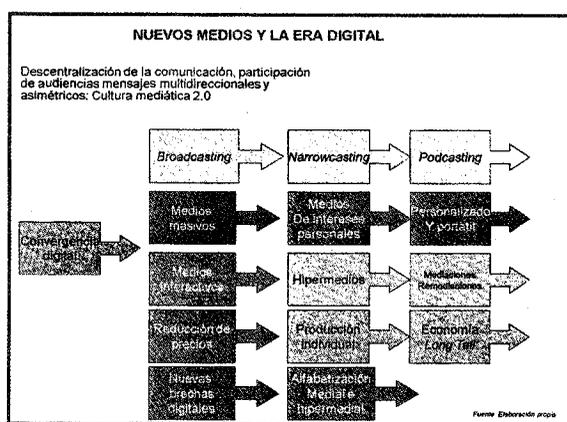


Características de la era digital

- Participación y co-producción de sentido / prosumer
- Creación colectiva / declinación del autor
- Creación continua / reconocimiento de la propiedad
- La multiplicidad de interfaces / convergencia / Hibridación de contenido
- El autor delega toda la responsabilidad al receptor
- Inmersión informativa / acceso a la información
- Interactividad / era de la participación real y no mental
- El mensaje es el lugar del diálogo: es proceso y no producto final
- Libertad de expresión y de experimentación

Tendencias digitales

- **Workflow software:** Aplicaciones informáticas para el flujo del trabajo
- **Open-sourcing:** Acceso libre a los códigos fuente
- **Outsourcing:** Subcontratación
- **Crowdsourcing:** Multitudes subcontratadas
- **Offshoring:** Traslado de fábricas para abaratar costes
- **Supply-Chaining:** Cadenas de suministros
- **Insourcing:** Intromisión de los subcontratistas en las empresas contratantes
- **In-forming:** acceso libre a la información



Web 2.0

- Software social
- Redes sociales
- Periodismo ciudadano
- Filtrado colaborativo
- Interfaces ricas
- Participación
- Movilidad
- Conversación
- Remezcla
- Compartir
- Simplicidad
- Experiencia divertida
- Creative commons
- Recomendaciones y reputación
- Multitudes inteligentes

La información como inteligencia interior

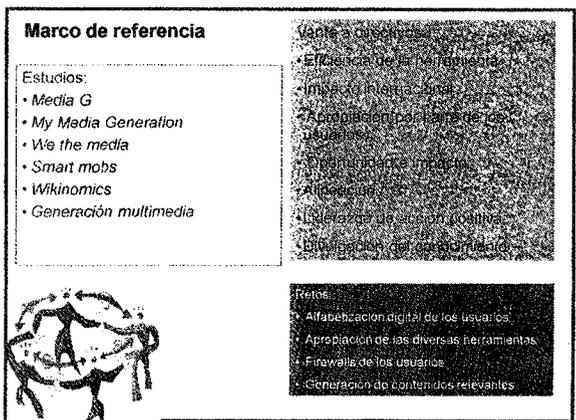
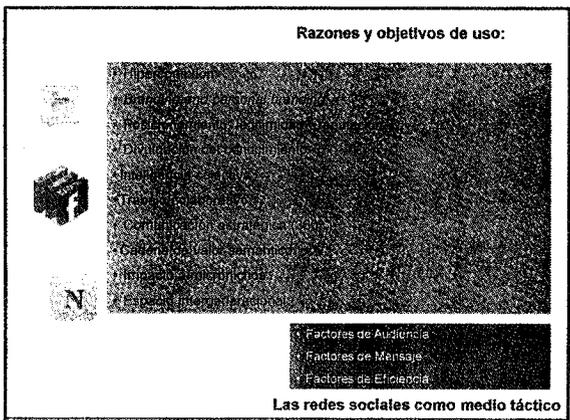
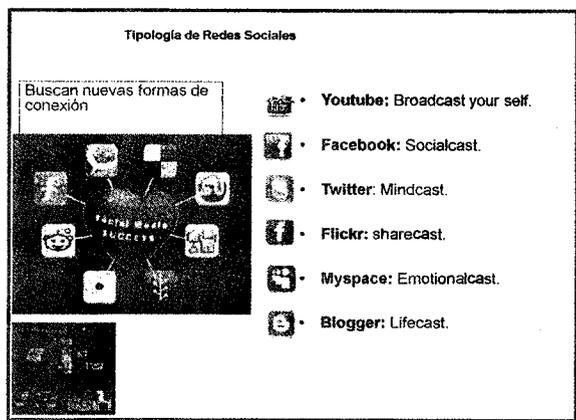
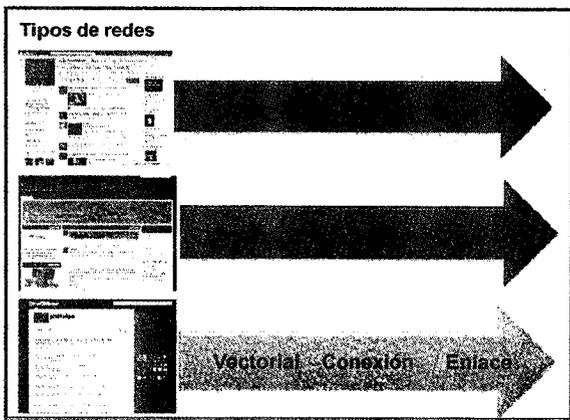
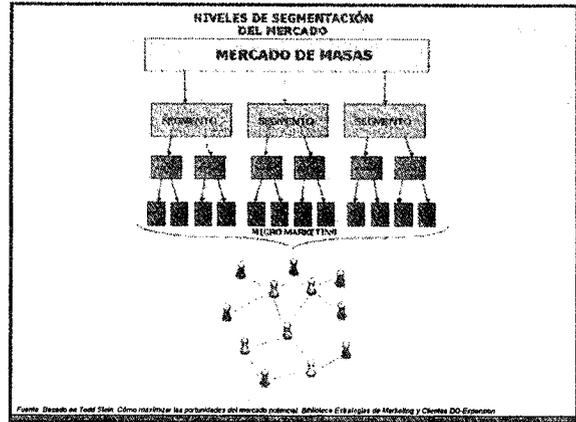
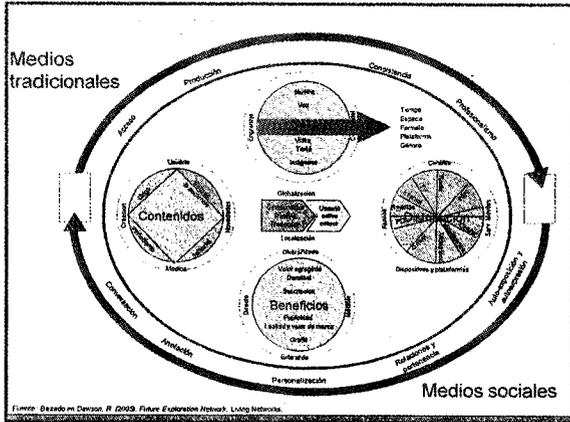
Programación de bajo peso y modelos de negocio

Experiencia de los usuarios

Entrenamiento social

Ediciones colaborativas

Publicación colectiva



Los 11 tipos de efectos no intencionados que cuidamos:

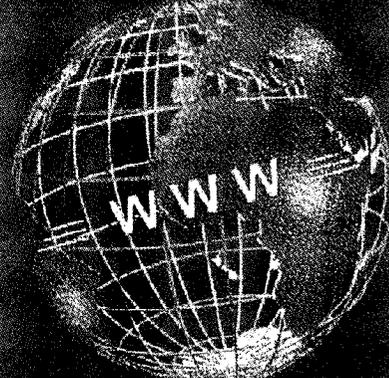
- ofuscamiento,
- disonancia,
- efecto boomerang,
- contagio de la aprensión,
- desensibilización,
- culpabilidad,
- costo de oportunidad,
- reproducción social,
- normatividad social,
- empoderamiento y
- activación social.

Conversación:

- Intervenimos cuando se pierde el fin último del tema a través de moderadores y vigilancia cooperativa
- Los saboteadores pueden ser baneados temporal o definitivamente
- Se identifican a través de monitoreo y denuncias del grupo



Internet en el mundo



Uso mundial

USO MUNDIAL DE INTERNET Y ESTADÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

País	Población	Usuarios de Internet	% de la población	% de usuarios de Internet
China	1,338,612,968	360,000,000	26.9%	2.37%
Estados Unidos	307,212,123	237,719,000	74.1%	75.5%
Japón	127,078,679	95,979,000	75.5%	7.0%
India	1,156,897,766	81,000,000	7.0%	34.0%
Brasil	198,739,269	67,510,400	34.0%	65.9%
Alemania	82,329,758	54,229,325	65.9%	76.4%
Reino Unido	61,113,205	46,683,900	76.4%	32.3%
Rusia	140,041,247	45,250,000	32.3%	69.3%
Francia	62,150,775	43,100,138	69.3%	77.1%
Corea del Norte	48,508,972	37,475,800	77.1%	48.5%
Irán	66,429,284	32,200,000	48.5%	51.7%
Italia	58,126,212	30,076,400	51.7%	12.5%
Indonesia	240,271,522	30,000,000	12.5%	71.8%
España	40,525,002	29,093,984	71.8%	24.6%
México	112,233,789	27,600,000	24.6%	
TOTAL MUNDIAL	6,546,938,680	280,065,487	4.28%	50.3%

Fuente: Internet World Stats (2010) "World Internet Users and Population Stats". IWS. Recuperado el 20 de enero 2011 en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Países con el mayor número de usuarios de Internet

Posición	Población	Total usuarios de Internet	Porcentaje de la población
1	China	360,000,000	26.9%
2	Estados Unidos	237,719,000	74.1%
3	Japón	95,979,000	75.5%
4	India	81,000,000	7.0%
5	Brasil	67,510,400	34.0%
6	Alemania	54,229,325	65.9%
7	Reino Unido	46,683,900	76.4%
8	Rusia	45,250,000	32.3%
9	Francia	43,100,138	69.3%
10	Corea del Norte	37,475,800	77.1%
11	Irán	32,200,000	48.5%
12	Italia	30,076,400	51.7%
13	Indonesia	30,000,000	12.5%
14	España	29,093,984	71.8%
15	México	27,600,000	24.6%

Fuente: Internet World Stats (2010) "World Internet Users and Population Stats". IWS. Recuperado el 20 de enero 2011 en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Uso en América Latina

El uso de Internet en América Latina

País	Población (Miles de personas)	Usuarios de Internet (Miles de personas)	% de la población	% de usuarios de Internet
Argentina	41,343,231	20,818,815	50.4%	34.0%
Bразил	198,739,269	67,510,400	34.0%	65.9%
Brasil	201,183,330	75,943,600	37.8%	37.0%
Chile	16,746,491	8,369,938	50.0%	4.2%
Colombia	44,205,283	21,009,415	47.7%	10.8%
Costa Rica	4,516,220	2,008,000	44.5%	1.0%
Cuba	11,477,459	1,675,000	14.6%	0.6%
República Dominicana	8,823,821	3,000,000	34.0%	1.5%
Ecuador	14,790,608	2,359,710	16.0%	1.2%
El Salvador	6,052,084	975,000	16.1%	0.6%
Guatemala	13,950,400	2,180,000	15.6%	1.1%
Honduras	7,986,415	968,500	12.0%	0.5%
México	112,233,789	27,600,000	24.6%	15.3%
Nicaragua	5,895,928	690,000	11.7%	0.3%
Panamá	3,410,978	958,000	28.1%	0.9%
Paraguay	6,315,830	1,000,000	15.8%	0.2%
Perú	29,997,000	8,000,000	26.7%	4.0%
Puerto Rico	3,976,100	1,000,000	25.1%	11.5%
Venezuela	23,013,368	1,650,000	7.2%	0.9%
América Latina	27,223,225	9,380,916	34.5%	4.7%
TOTAL	574,416,288	280,146,280	48.8%	100.0%

Fuente: Internet World Stats (2010) "World Internet Users and Population Stats". IWS. Recuperado el 20 de enero 2011 en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

Acceso Mundial

Penetración: Tanto países desarrollados como los menos desarrollados tienen penetración baja:

- México 32%
- Portugal 37%
- Colombia 45%
- República Checa 51%
- China 56%

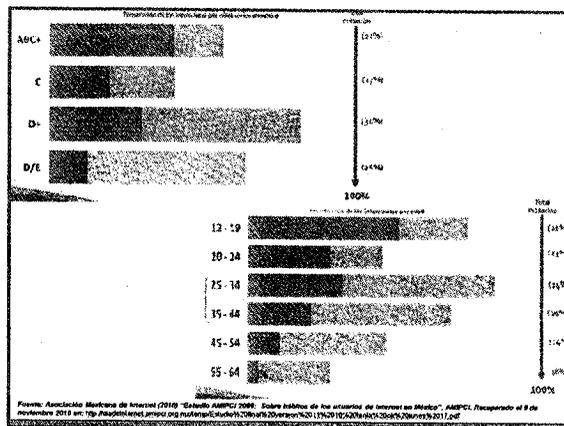
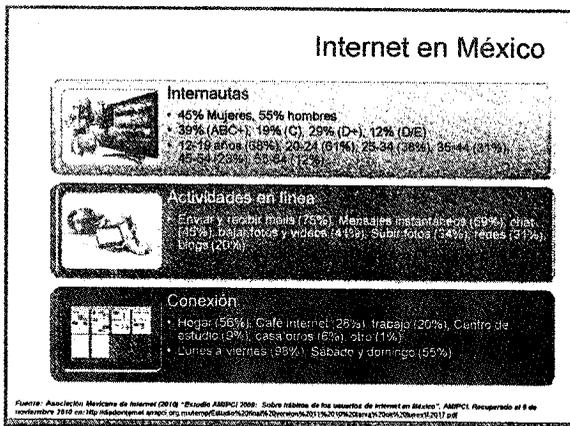
Solo tres países y regiones tienen más del 60%:

- Magao 61%
- Estados Unidos 78%
- Suecia 80%

Mito 1: Acceso Universal. Internet aún no forma parte de la vida de millones de personas, incluso en los países más desarrollados.

Mito 2: La redacción garantiza el acceso. Países con altos niveles de alfabetización y educación y una gran historia de uso de tecnología y bienes electrónicos no garantizan el acceso total.

Fuente: World Internet Project (2010) "World Internet Project Report Finds Large Percentages of Non-Users, and Significant Gender Disparities in Going Online". IWS. Recuperado el 20 de enero 2011 en: <http://www.worldinternetproject.org/2010/02/27/2010-02-27-report-2010/>



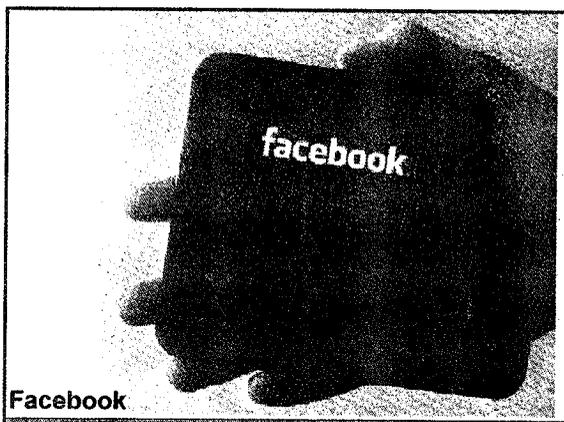
Principales actividades en línea de los usuarios de Internet en México

Actividad	WIP 2008	WIP 2009	Diferencia
Revisar e-mail	93%	95%	+2%
Usar el Messenger	83%	83%	+2%
Chatear en foros	37%	35%	-2%
Trabajar en tu blog	33%	42%	+9%
Acceder a redes sociales	32%	35%	+3%
Telefonía a través de Internet	21%	24%	+3%

Principales usos

Actividades	WIP 2008	WIP 2009	Diferencia
Obtener información de algún producto o servicio	66%	66%	0
Realizar reservaciones	23%	26%	+3%
Utilizar servicios de banca por Internet	13%	19%	+6%
Realizar pagos a través de Internet	7%	15%	+8%
Investir en fondos y bonos	2%	3%	+1%
Comprar por Internet		23%	+23%
Pagar impuestos		10%	+10%

Fuente: I&D, © 2010. "Resultados de los Encuestas 2008 y 2010 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas. World Internet Project Country Report". WIP, recuperado el 20 de octubre 2011 en: http://www.worldinternetproject.net/Net_Publications/2010/09/2010%20Country%20Reports/2010%20Mexico.pdf



Facebook: La red social

Usuarios

↓

Alcance Global

↓

Movil

- Más de 500 millones de usuarios activos
- 50% de los usuarios se conectan casi diariamente
- Resan 100 billones de mensajes por mes conectados

↓

- Existen 900 millones de objetos para interactuar (fotos, grupos y comunidades)
- El promedio de los usuarios se conectan a 80 comunidades, grupos y eventos
- El usuario promedio crea 90 contenidos por mes
- Cerca de 30 billones de mensajes (links, historias, noticias, notas e imágenes) se comparten por mes

↓

- Existen 10 idiomas
- El 70% de los usuarios navegan fuera de EEUU
- Más de 300 mil usuarios ayudaron a la traducción

↓

- Más de 100 millones de usuarios ingresan vía dispositivos móviles
- Los usuarios móviles son dos veces más activos que los usuarios de acceso fijo
- Existen 200 operadores en 60 países promoviendo el acceso a Facebook

Fuente: Redacción. (7/10) Datos estadísticos de Facebook. Recuperado el 8 de noviembre 2010 en: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

Facebook en el Mundo

País	Total de usuarios	Nuevos usuarios	Crecimiento mensual
Estados Unidos	133,025,380	4,988,580	3.90%
México	15,483,640	1,695,080	12.3%
India	15,188,560	1,654,100	14.3%
Indonesia	27,800,160	1,523,180	5.8%
Filipinas	16,234,000	950,540	6.2%
Turquía	23,833,140	908,360	4%
Alemania	11,072,300	786,180	7.7%
Reino Unido	27,806,860	786,840	2.9%
Brasil	6,050,840	716,960	13.4%
Canadá	16,465,260	708,860	4.5%

Total: 500 millones

Septiembre 2010

Fuente: Merrill, C. (2010) "US Led Facebook Growth In August 2010. Mexico and India Tie for Second". Inside Facebook. Recuperado el 8 de noviembre 2010 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/09/2010%20Country%20Reports/2010%20Mexico.pdf>

Facebook en América Latina

País	Total de usuarios	Nuevos usuarios	Crecimiento mensual
México	9,430,460	685,440	10.4%
Argentina	8,858,060	748,400	9.2%
Brasil	3,616,680	463,060	14.7%
Venezuela	5,880,120	348,740	6.3%
Colombia	8,476,440	336,240	4.1%
Chile	6,273,000	264,180	4.4%
Perú	1,927,600	168,180	9.4%
Ecuador	847,180	89,580	11.8%
República Dominicana	632,220	80,920	10.7%
Guatemala	474,080	59,240	14.3%

Total: 50 millones Abril 2010

Fuente: Month, C. (2010) "Mexico Led Latin American Facebook Growth in February, but Nigeria's Came a "Pretty Close". Inside Facebook. Recuperado el 8 de noviembre 2011 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/02/08/mexico-led-latin-american-facebook-growth-in-february-but-nigeria-came-a-pretty-close/>
Fuente: Month, C. (2010) "Mexico Led, But Brazil Gained as Facebook Growth Accelerated For Latin America in June". Inside Facebook. Recuperado el 8 de noviembre 2011 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/06/08/mexico-led-but-brazil-gained-as-facebook-growth-accelerated-for-latin-america-in-june/>

Facebook en México

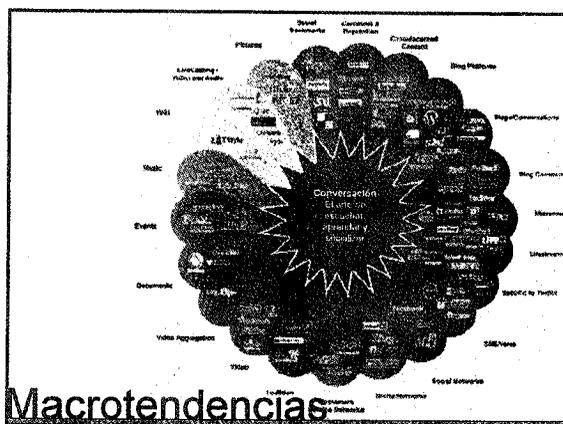
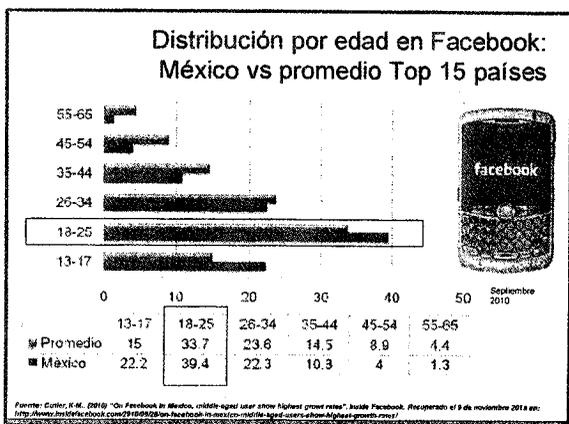
Alcance

México es uno de los mercados de mayor crecimiento después de la India. País de mayor intensidad en América Latina, le siguen Colombia y Argentina. Se ubica entre el sexto y séptimo mercado más grande del mundo.

Usuarios

19.7 millones de usuarios. Cuenta con 60% de penetración entre usuarios de internet.

Fuente: Cutler, K.M. (2010) "On Facebook in Mexico, middle-aged user show highest growth rates". Inside Facebook. Recuperado el 8 de noviembre 2011 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/11/08/on-facebook-in-mexico-middle-aged-users-show-highest-growth-rates/>



#1

- Experiencia permanente, pública, barata, mayor ancho de banda, rápida y entre todos los dispositivos
- En la nube: aplicaciones basadas en la web
- Móvil: conexión desde cualquier lugar y dispositivo portátil
- Emergencia de submedios: incremento de prosumidores y medios independientes
- Auge del boom del open source y el open access
- Auge: habrá mayor equidad de género, geográfica, edad, NSE, raza y religión
- Auge: microprogramas para ingresar desde teléfonos inteligentes y tabletas
- Virtual: Los mundos y comunidades virtuales concentrarán a los usuarios
- 3D: se buscará la experiencia 360°
- Combinación de tecnologías: habrá saturación de contenidos superfluos y basura, se requerirán más filtros y discernimiento

Fuente: Cutler, K.M. (2010) "Big data and trends". Inside Facebook. Recuperado el 7 de agosto de 2011 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/08/07/big-data-and-trends/>

#2

- Saturación informativa: el exceso de agregadores generará fatiga digital y obligará a una mayor focalización.
- Desconexión: surgirán movimientos de resistencia orientando a la vida off-line
- Más Googles y Facebooks: surgirán los buscadores y redes sociales especializadas. Los grandes se convertirán en sistemas operativos
- Más publicidad relacional: el modelo de negocio será la venta de contenidos y publicidad en línea
- Fin del Estado Nación: los gobiernos perderán influencia y control, desde las tecnologías se establecerá el poder y dominio en lo económico, político, social y cultural
- Producción y distribución mediática en la web: la red será LA Pantalla
- Mayor fragmentación: las audiencias y los contenidos se segmentarán por micro nichos

Fuente: Cutler, K.M. (2010) "Big data and trends". Inside Facebook. Recuperado el 7 de agosto de 2011 en: <http://www.insidefacebook.com/2010/08/07/big-data-and-trends/>

Catholic.net

Alexa Traffic Rank: 23,593 | Traffic Rank de MX: 1,161 | 1,245 Sitios con vínculos en

¿Cuánto tráfico es todo el mundo?

País	Visitas
EE.UU.	183
EE.UU.	267
EE.UU.	293
EE.UU.	354
EE.UU.	379
EE.UU.	384
EE.UU.	425
EE.UU.	434
EE.UU.	472
EE.UU.	530
EE.UU.	579
EE.UU.	620
EE.UU.	640
EE.UU.	667
EE.UU.	697
EE.UU.	742
EE.UU.	754
EE.UU.	759
EE.UU.	781
EE.UU.	800
EE.UU.	826
EE.UU.	834
EE.UU.	852
EE.UU.	859

Mientras Catholic.net ocupa el puesto # 1161 en México, donde se estima que el 32% de sus visitantes se encuentran, también es popular en Nicaragua, donde ocupa el puesto # 652. El sitio ha estado en línea por lo menos quince años.

Fuente: Alexa (2012). "Catholic.net". Recuperado el 26 de enero de 2012 en: <http://www.alexa.com/siteinfo/catholic.net>

Zenit.org

Alexa Traffic Rank: 56,802 | Traffic Rank de MX: 5,754 | 4,077 Sitios con vínculos en

¿Cuánto tráfico es todo el mundo?

País	Visitas
EE.UU.	444
EE.UU.	462
EE.UU.	534
EE.UU.	542
EE.UU.	544
EE.UU.	546
EE.UU.	547
EE.UU.	548
EE.UU.	549
EE.UU.	550
EE.UU.	551
EE.UU.	552
EE.UU.	553
EE.UU.	554
EE.UU.	555
EE.UU.	556
EE.UU.	557
EE.UU.	558
EE.UU.	559
EE.UU.	560
EE.UU.	561
EE.UU.	562
EE.UU.	563
EE.UU.	564
EE.UU.	565
EE.UU.	566
EE.UU.	567
EE.UU.	568
EE.UU.	569
EE.UU.	570
EE.UU.	571
EE.UU.	572
EE.UU.	573
EE.UU.	574
EE.UU.	575
EE.UU.	576
EE.UU.	577
EE.UU.	578
EE.UU.	579
EE.UU.	580
EE.UU.	581
EE.UU.	582
EE.UU.	583
EE.UU.	584
EE.UU.	585
EE.UU.	586
EE.UU.	587
EE.UU.	588
EE.UU.	589
EE.UU.	590
EE.UU.	591
EE.UU.	592
EE.UU.	593
EE.UU.	594
EE.UU.	595
EE.UU.	596
EE.UU.	597
EE.UU.	598
EE.UU.	599
EE.UU.	600

Ha estado en línea por más de trece años. La fracción de visitas a Zenit.org planteadas por los motores de búsqueda es de aproximadamente 19%. En comparación con todos los usuarios de Internet, la audiencia del sitio tiende a ser mayor de 45 años, otro que también son desproporcionadamente las mujeres (casi el 50%). El 30% de los visitantes de Zenit.org son de los Estados Unidos y el 20% de México.

Fuente: Alexa (2012). "Zenit.org". Recuperado el 26 de enero de 2012 en: <http://www.alexa.com/siteinfo/zenit.org>

INTER MIRIFICA.net

Deliberar y hacer posible el bien humano

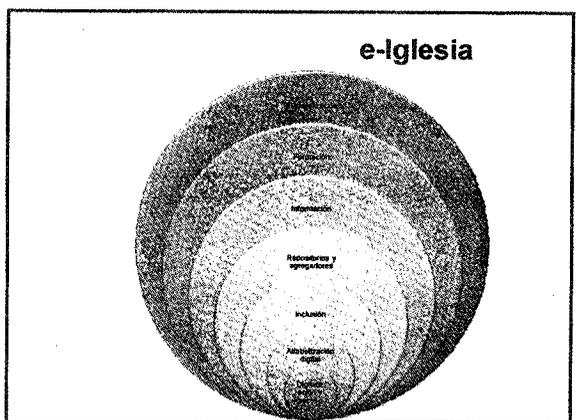
- 1201: Estaciones de radio
- 219: Periódicos
- 184: Canales de televisión
- 135: Productores audiovisuales
- 65: Oficinas de prensa
- 15: Agencias de noticias
- 7: Centros de formación
- 3: Editoriales

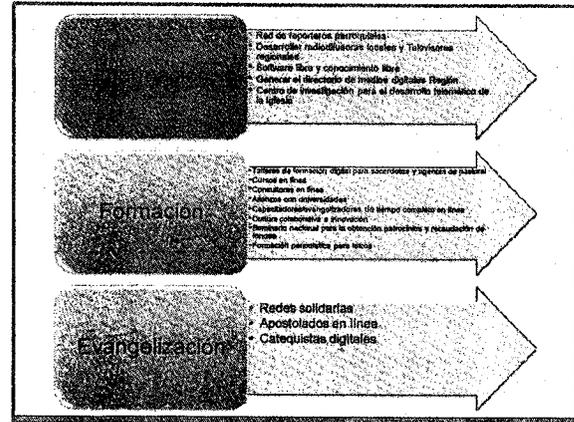
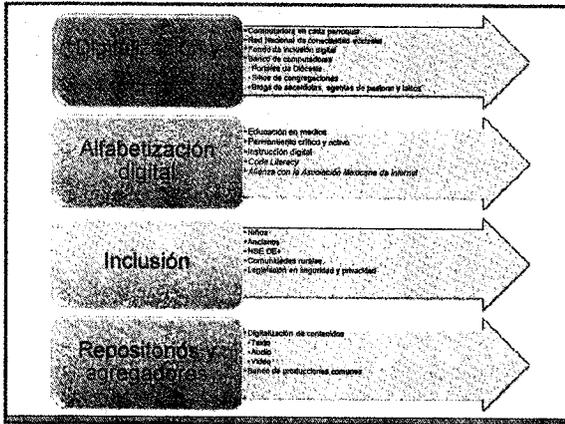
Fuente: InterMirifica.net (2011). "Directorio de medios". Recuperado el 29 de enero de 2012 en: <http://www.intermirifica.net/contenido.asp?tipo=3>

"Las nuevas tecnologías de comunicación deben ponerse al servicio del bien integral de la persona y de la humanidad entera. Si se usan con sabiduría, pueden contribuir a satisfacer el deseo de sentido, de verdad y de unidad que sigue siendo la aspiración más profunda del ser humano (...). Comunicar el Evangelio a través de los nuevos medios significa no sólo poner contenidos abiertamente religiosos en las plataformas de los diversos medios, sino también dar testimonio coherente en el propio perfil digital y en el modo de comunicar preferencias, opciones y juicios que sean profundamente concordes con el Evangelio, incluso cuando no se hable explícitamente de él. Asimismo, tampoco se puede anunciar un mensaje en el mundo digital sin el testimonio coherente de quien lo anuncia. En los nuevos contextos y con las nuevas formas de expresión, el cristiano está llamado de nuevo a responder a quien le pida razón de su esperanza".

(Benedicto XVI)

Fuente: Benedicto XVI (2011). "Mensaje para la 43ª Jornada Mundial de las comunicaciones sociales: "Verdad, unidad y esperanza desde el era digital".





"La red está contribuyendo al desarrollo de nuevas y más complejas formas de conciencia intelectual y espiritual, de comprensión común. También en este campo estamos llamados a anunciar nuestra fe en Cristo, que es Dios, el Salvador del hombre y de la historia, Aquél en quien todas las cosas alcanzan su plenitud. La proclamación del Evangelio supone una forma de comunicación respetuosa y discreta, que incita el corazón y mueve la conciencia; una forma que evoca el estilo de Jesús resucitado cuando se hizo compañero de camino de los discípulos de Emaús, a quienes mediante su cercanía condujo gradualmente a la comprensión del misterio, dialogando con ellos, tratando con delicadeza que manifestaran lo que tenían en el corazón."

(Benedicto XVI)

fuente: Benedicto XVI (2011) Mensaje para la día de Acción Mundial de las comunicaciones sociales. "Unidad, unidad y universalidad de vida en la era digital".