



Cibersociedad: el desafío comunicacional



Por: Gustavo Manrique Salas
Director de Stratego Communications
Artículo publicado por el Diario la Prensa de Panamá.

La comunicación estratégica ha ampliado su espectro de planeación de manera considerable durante la última década, gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y la convergencia tecnológica, que hacen posible el tránsito de la información de manera expedita y personalizada.

Este nuevo mapa mediático está siendo analizado a profundidad por las empresas, agencias de comunicación y relaciones públicas en todo el mundo, para diseñar herramientas que generen valor agregado a las organizaciones, así como una más oportuna y eficiente comunicación con sus audiencias.

Para trabajar sobre estas tendencias se llevará a cabo durante el mes de octubre el denominado "Edelman PR 2.0 Summit". El lugar de encuentro será Berlín y expertos en estrategias de comunicación abordarán las tendencias del sector y los nuevos canales de comunicación en el mundo.

Esta iniciativa de la agencia Edelman y otras que se adelantan en la industria de la comunicación constituyen parte de una reflexión impostergable, tal como lo refiere el reciente estudio de la consultora global KPMG sobre las fuentes informativas e Internet.

De acuerdo a los hallazgos de esta investigación, titulada "The impact of Digitalization - A Generation Apart", internet está desplazando a los medios tradicionales como fuente de información. Esta conclusión está basada en encuestas a 3.000 personas en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España y Holanda. "Conocer los comportamientos de la *Generación Y*, jóvenes menores de 25 años, es uno de los principales objetivos del estudio, que también resalta que el 70% de estos 'Y' emplean Internet como fuente de información. Entre los mayores de 35 años, sin embargo, sólo el 16% recurren a la Red para consultar noticias".



(Cibersociedad: el desafío comunicacional. Viene de la página 1).

Según estudios de [Internet WordStats](#), estamos a punto de superar los 1.000 millones de usuarios de Internet, lo que representa más de un 15% de la población mundial, y la previsión es que el ritmo de crecimiento siga la misma tendencia, de forma que en 2008 habrá 1.500 millones.

La realidad latinoamericana apunta en la misma dirección. El estudio "Usos de Internet en Latinoamérica 2007" liderizado por Carlos Jiménez de Tendencias Digitales, pone en perspectiva lo que será el nuevo orden mundial en materia de comunicación. Entre los principales hallazgos destaca el hecho que "Latinoamérica se ubica en el promedio mundial de penetración de Internet en el mundo, sumando cerca de 85.040.000 de usuarios, lo que representa el 15,35%. La región ha experimentado un crecimiento importante en los últimos seis años que suma 433%".

El estudio demuestra que lo que más le gusta a los latinoamericanos de la red es la rapidez para conseguir información (69,2%), disponibilidad las 24 horas (66,9%) y cantidad y variedad de información (55,8%) e igualmente pone en evidencia que los Latinoamericanos descubren nuevos sitios en Internet navegando en la Web (74.4%), con los motores de búsquedas (50.4%), por recomendaciones amigos y familiares (48.7%), por la publicidad en Internet (43.6%) y en las revistas 32.7%.

Estas realidades marcan el camino del futuro de la comunicación estratégica y los medios de comunicación, un futuro que ya comenzó a definirse.