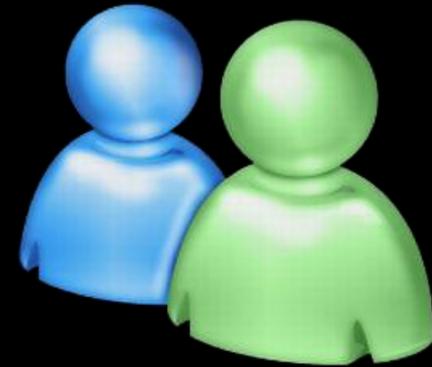


# La Generación Einstein



Octavio Islas  
Proyecto Internet-Cátedra de Comunicaciones Digitales  
Estratégicas  
Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México

[octavio.islas@itesm.mx](mailto:octavio.islas@itesm.mx)

<http://www.octavio.islas@wordpress.com>

Julio Verne, quien nació en Nantes, en 1828, anticipó Internet y el fax en la novela *París en el siglo XX*.

El relato transcurre en París. El protagonista es **Michel Jérôme**, joven intelectual, quien malvive en una sociedad mecanizada, que le tacha de inútil por amar la lectura y las lenguas clásicas. “No quiero talento, quiero capacidades”.

**Jérôme** admite ser considerado precursor de los **emigrantes digitales**.



El término “cibernética” fue introducido por Norbert Wiener, en 1948, en la primera edición del libro *Cibernética o el control y la comunicación en animales y máquinas*.

Para fundar la **cibernética**, Wiener partió de la **teoría de los mensajes**, la psicología y sus reflexiones sobre el sistema nervioso, reparando, además, en la importancia de la electrotécnica implícita en la **transmisión de los mensajes**.



La **cibernética** admite ser considerada como una **contribución definitiva** en el tránsito a la **economía del conocimiento**, la cual, de acuerdo con Alvin y Heidi Toffler (*La revolución de la Riqueza*: Deusto, 2006), dio inicio el cuatro de octubre de 1957, cuando la Unión Soviética consiguió lanzar al espacio al Sputnik, el primer satélite artificial ubicado en la órbita de la Tierra.



## Marshall McLuhan

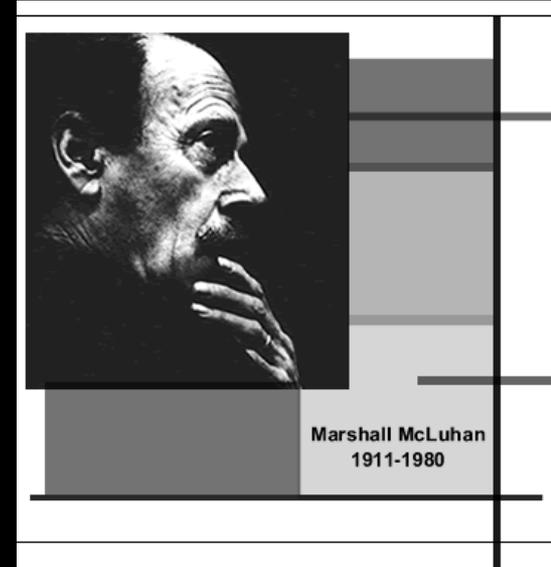


“Él fue Internet en la década de 1960. Finalmente, el mundo se puso a su altura”.

Robert Logan (Harrocks: McLuhan y la realidad virtual, 2000:11, Gedisa).

## PROYECTO INTERNET

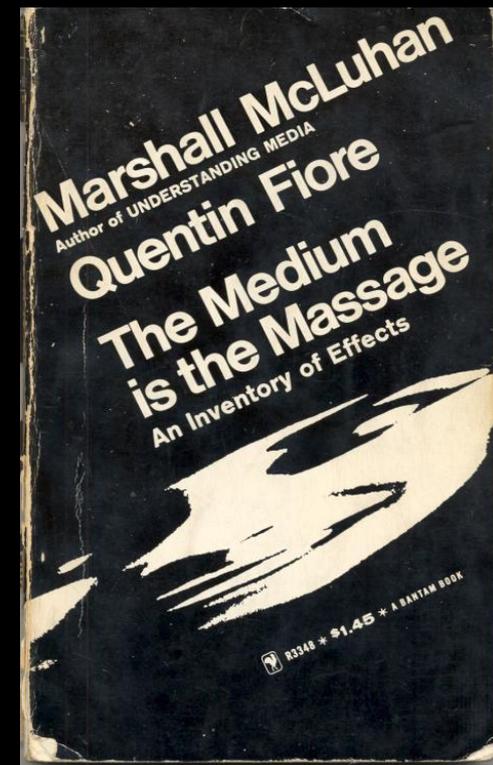
“Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas, el mundo de Occidente entra en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio. Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total, aboliendo tanto el espacio como el tiempo en cuanto se refiere a nuestro planeta. Estamos acercándonos rápidamente a la fase final de las prolongaciones del hombre, o sea la simulación técnica de la conciencia cuando el desarrollo creador del conocimiento se extienda colectiva y conjuntamente al total de la sociedad humana, del mismo modo en que ya hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios valiéndonos de los distintos medios” .



“The medium, or process, of our time – electric technology – is reshaping and restructuring patterns of social interdependence and every aspect of our personal life. It is forcing us to reconsider and re-evaluate practically every thought, every action, and every institution formerly taken for granted. Everything is changing – you, your family, your neighborhood, your education, your job, your government, your relation to “the others”. And they are changing dramatically”.

McLuhan: *The medium is the message*

*Dr. Octavio Islas*





TECNOLÓGICO  
DE MONTERREY.

# Proyecto Internet

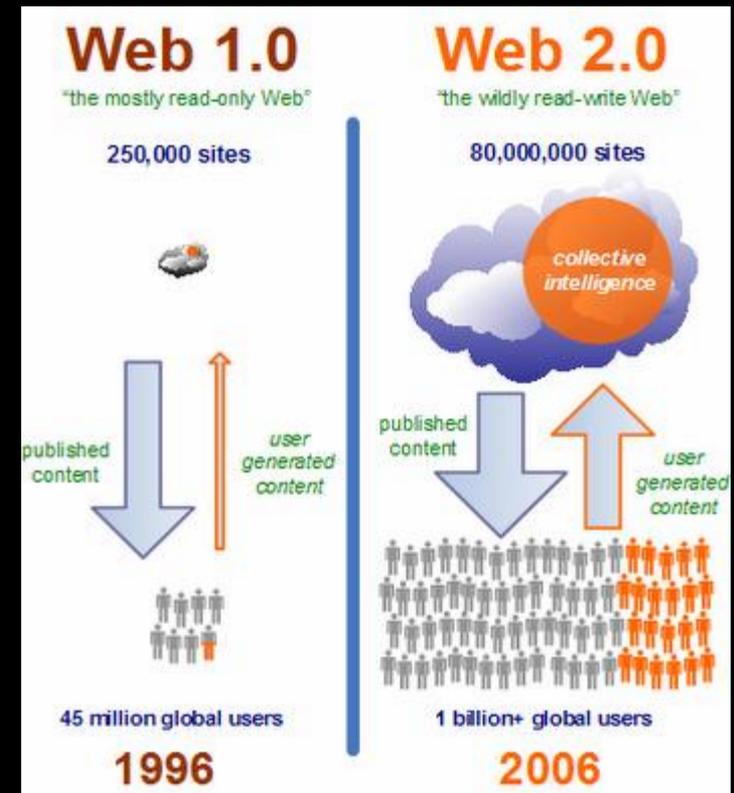
*Dr. Octavio Islas*

Sir **Timothy John Berners-Lee**, nació el 8 de junio de 1955, en Londres, y es considerado como padre de la World Wide Web, la cual introdujo con base en el sistema Enquire. Para ello, a principios de 1990 diseñó y construyó el primer navegador (llamado WorldWideWeb, desarrollado con NEXTSTEP), así como el primer servidor Web al que llamó httpd (HyperText Transfer Protocol daemon).



Internet admite ser considerado como un parteaguas histórico que divide la historia de la **comunicación humana** en dos: antes y después de Internet.

Como “ambiente comunicativo”, la **Web 1.0** conectó computadoras entre sí y facilitó el acceso a la información disponible en Internet.





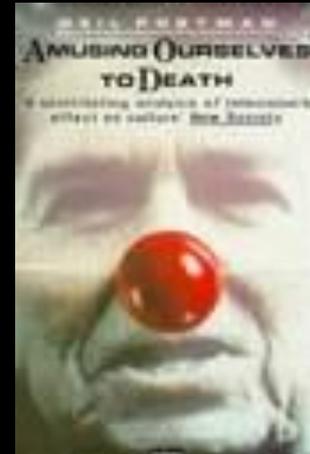
TECNOLÓGICO  
DE MONTERREY.

# PROYECTO INTERNET



*Dr. Octavio Islas*

El tránsito de la Web 1.0 a la 2.0 admite ser explicado con base en las tesis formuladas por Neil Postman –destacado sociólogo estadounidense, cuyo pensamiento se inscribe en la Ecología de Medios, también llamada “Escuela de Toronto”-, en el discurso “Cinco cosas que es necesario saber sobre el cambio tecnológico”.





1. La tecnología da y la tecnología quita.
2. Las ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías nunca son distribuidas equitativamente entre la población.
3. Detrás de toda tecnología hay una ideología.
4. El cambio tecnológico no es aditivo, es ecológico.
5. Tendemos a hacer de los medios algo mítico.



# 1 La tecnología da y la tecnología quita.

Web 1.0	Web 2.0
<a href="#">DoubleClick</a>	<a href="#">Google AdSense</a>
<a href="#">Ofoto</a>	<a href="#">Flickr</a>
<a href="#">Akamai</a>	<a href="#">BitTorrent</a>
<a href="#">mp3.com</a>	<a href="#">Napster</a>
<a href="#">Enciclopedia Británica</a>	<a href="#">Wikipedia</a>
<a href="#">webs personales</a>	<a href="#">blogging</a>
<a href="#">evite</a>	<a href="#">upcoming.org</a> y <a href="#">EVDB</a>
<a href="#">especulación de nombres de dominios</a>	<a href="#">optimización de los motores de búsqueda</a>
<a href="#">páginas vistas</a>	<a href="#">coste por clic</a>
<a href="#">screen scraping</a>	<a href="#">servicios web</a>
<a href="#">publicar</a>	<a href="#">participación</a>
<a href="#">sistema de gestión de contenidos</a>	<a href="#">wiki</a>
<a href="#">directorios (taxonomía)</a>	<a href="#">etiquetas (folcsonomía)</a>
<a href="#">stickiness</a>	<a href="#">sindicación</a>



bronz Top 100 Brand Ranking | 2008

## Top 100 Brands

POSITION	BRAND*	BRAND VALUE \$M	BRAND VALUE CHANGE
1	Google	86,057	30%
2	GE (General Electric)	71,379	15%
3	Microsoft	70,887	29%
4	Coca-Cola (1)	58,208	17%
5	China Mobile	57,225	39%
6	IBM	55,335	65%
7	Apple	55,206	123%
8	McDonald's	49,499	49%
9	Nokia	43,975	39%
10	Marlboro	37,324	-5%

**BEST GLOBAL BRANDS  
2008**

Each year the Best Global Brands generates increasing amounts of interest from companies and practitioners associated with brands.

We've enjoyed leading the discussion to help organizations understand and grow the value of their brands.

**REPORT 2008**

[See What's Inside Executive Summary Addendum](#)

Download report:  
[European format \(A4\)](#)  
[US Format \(8.5 X 11\)](#)

**BUSINESSWEEK**

[BusinessWeek Article](#)

**PRESS RELEASE**

Read the Best Global Brands [Press Release](#)

**METHODOLOGY**

Read about [our method](#) for valuing brands

**PREVIOUS YEARS**

- [2008 ranking](#)
- [2007 ranking](#)
- [2006 ranking](#)
- [2005 ranking](#)
- [2004 ranking](#)
- [2003 ranking](#)
- [2002 ranking](#)
- [2001 ranking](#)

**BEST GLOBAL BRANDS**

2008 rankings

[Print](#)

2008 Rank	2007 Rank	Brand	Country of Origin	Sector	2008 Brand Value (\$m)	Change in Brand Value
1	1		United States	Beverages	66,667	2%
2	3		United States	Computer Services	59,031	3%
3	2		United States	Computer Software	59,007	1%
4	4		United States	Diversified	53,086	3%
5	5		Finland	Consumer Electronics	35,942	7%
6	6		Japan	Automotive	34,050	6%
7	7		United States	Computer Hardware	31,261	1%
8	8		United States	Restaurants	31,049	6%
9	9		United States	Media	29,251	0%
10	20		United States	Internet Services	25,590	43%



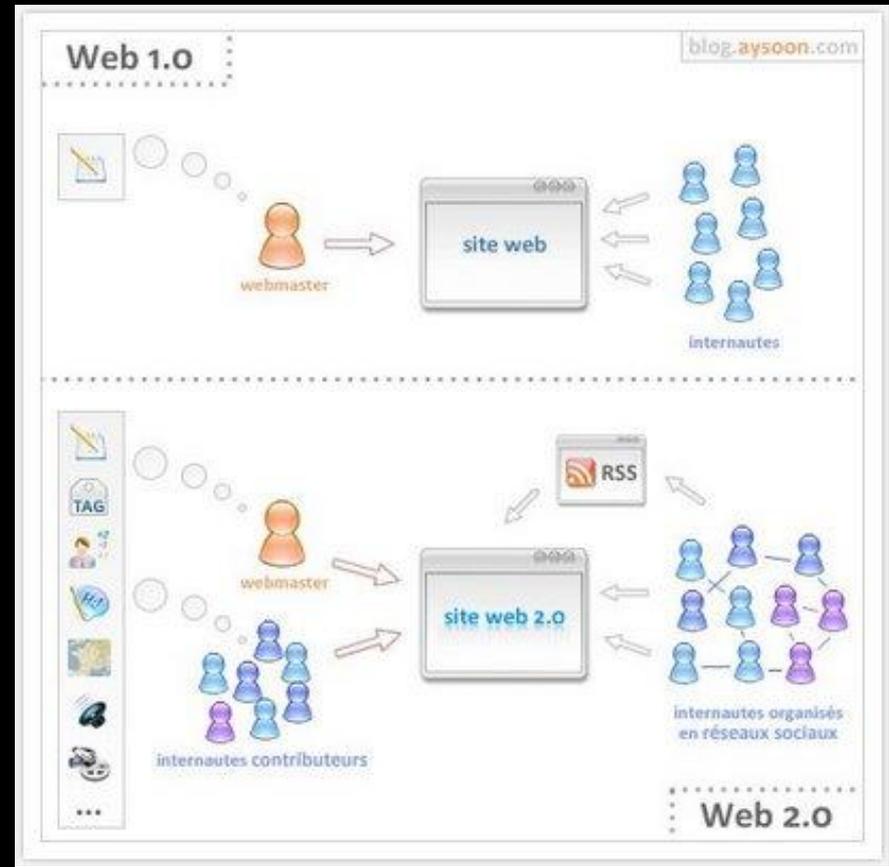
## 2 Las ventajas y desventajas de las nuevas tecnologías nunca son distribuidas equitativamente entre la población.

- Nativos digitales, Generación Einstein, The Dumbest Generation (Mark Bauerlein), Screenagers, nuevomilenaristas.
- Emigrantes digitales.
- Usuarios esporádicos.
- Marginalidad digital.





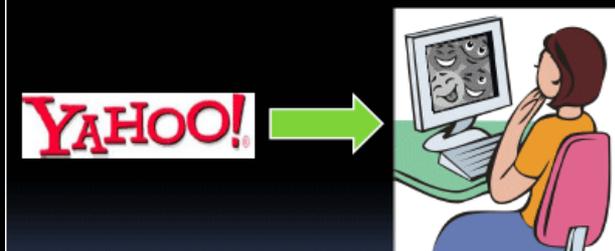
El ambiente comunicativo de la Web 2.0 –cuestionado por Berners-Lee- resulta propicio para el desarrollo de las acciones comunicativas de los prosumidores – anticipados por Toffler en *La Tercera Ola*-.





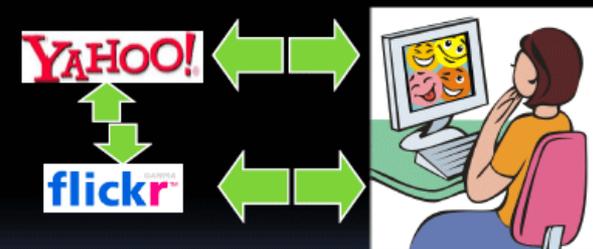
### 3 Detrás de toda tecnología hay una filosofía

Web 1.0



They make it for you

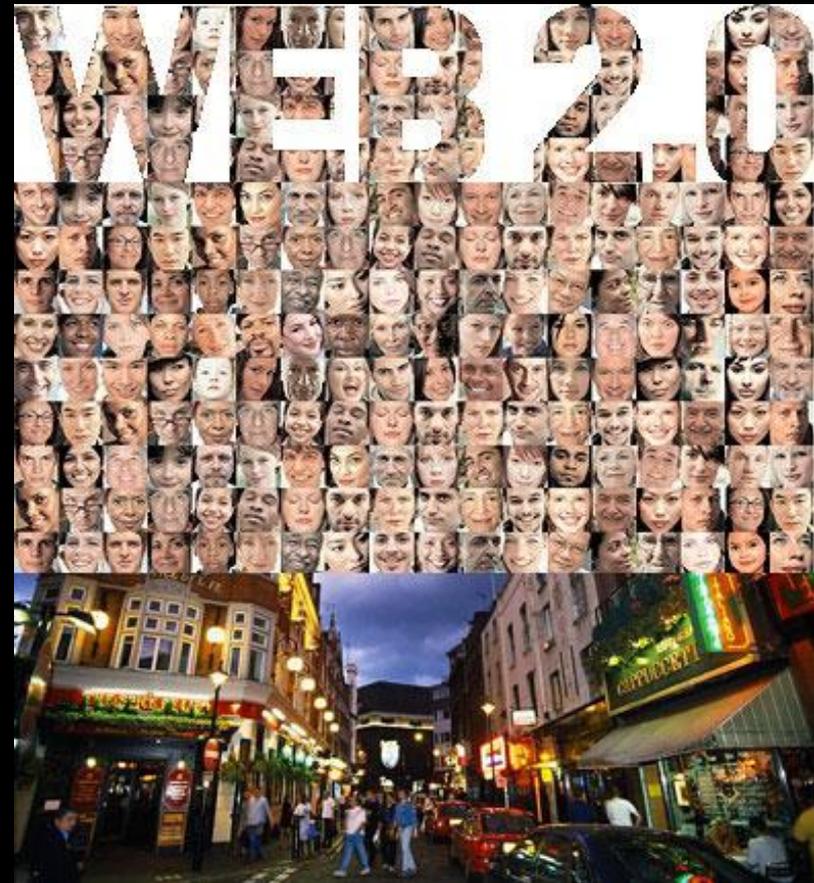
Web 2.0



You help make it



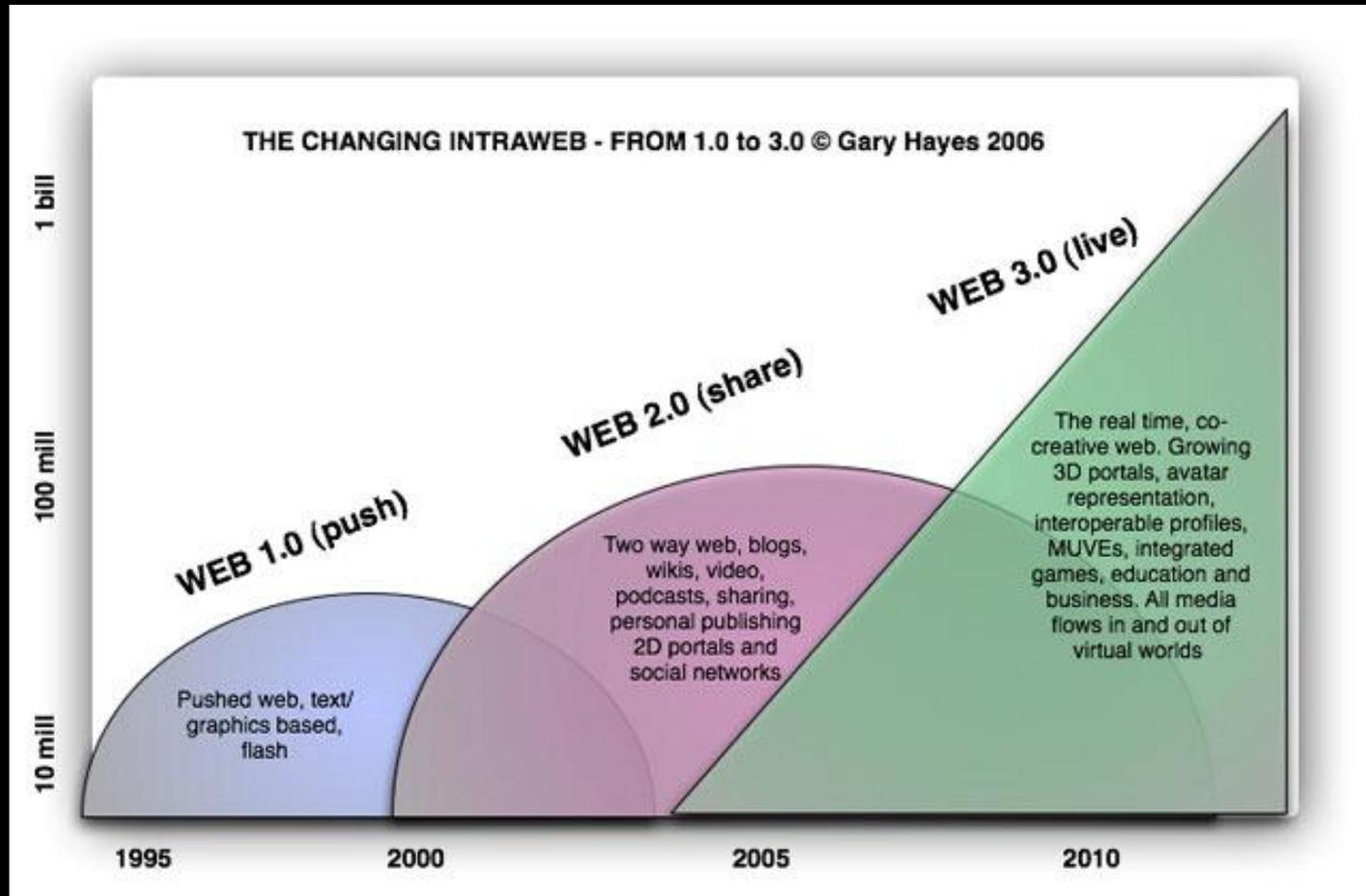
- Sociedad de la Ubicuidad (Japón, 2010).
- Anyone, anywhere, anytime.
- Servicios *On Demand*.





4 El cambio tecnológico no es aditivo, es ecológico.

5 Tendemos a hacer de los medios algo mítico.





The screenshot shows the website for 'Razón y Palabra', an online journal. The browser window title is 'Razón y Palabra' and the address bar shows 'http://www.razonypalabra.org.mx/'. The website header features the journal's logo, the ISSN number 1605-4806, and a navigation menu with links for 'Ediciones Especiales', 'Sobre RP', 'Sitios de Interés', 'Contribuciones', 'Buzón', 'Números Anteriores', 'Directorio', 'Libros y Novedades', 'Editorial', and 'Búsqueda'. Below the navigation menu are icons for 'Comunicación Estratégica', 'Razón Arte', 'Podcast', and 'flickr'. The main content area is titled 'diálogos' and 'REVISTA DE LA FEDERACIÓN LATINOAMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL'. It includes a date 'México, Noviembre 6, 2008' and an 'AVISO IMPORTANTE' section for 'CONTRIBUCIONES A RAZÓN Y PALABRA' with a link for more information. The featured article is '"La labor de comunicar la ciencia en el siglo XXI"' by SANTIAGO RAMENTOL, published in 'NÚMERO 65' for 'NOVIEMBRE - DICIEMBRE', coordinated by PATRICIA CASTELLANOS. A 'PRESENTACIÓN' section follows, discussing the role of science and technology in society. A sidebar on the right contains a 'Resumen de políticas de la APA para citas y referencias bibliográficas', a subscription form for 'Razón y Palabra', and a 'Boletín Informativo' link. The Windows taskbar at the bottom shows the 'Inicio' button and several open applications, including 'Razón y Palabra - Go...', 'Media Convert - grati...', 'Publicaciones', and 'Microsoft PowerPoint...'. The system clock indicates '05:46 p.m.'.

Amaia Arribas, Alejandro Ocampo, Arturo Caro, Ericka Minera, Fernando Gutiérrez, Francisco Romero, Jazmín Rodríguez, Norma Campo Garrido, Paloma Trujano, Octavio Islas.

*Dr. Octavio Islas*