



beker / socialand Group

El primer sismo digital

AGENDA

E L P R I M E R S I S M O D I G I T A L

- 01
TECNOLOGÍA
- 02
FUENTES
DE INFORMACION
- 03
VALIDEZ DE LA
INFORMACION
- 04
NECESIDAD
DE HÉROES
- 05
AYUDA
INTERNACIONAL
- 06
¿QUÉ HICIERON
LAS MARCAS



SE HA VUELTO OBVIO
QUE NUESTRA TECNOLOGÍA
HA EXCEDIDO
NUESTRA HUMANIDAD

Albert Einstein

01 TECNOLOGÍA

02
FUENTES
DE INFORMACIÓN

03
VALIDEZ DE LA
INFORMACIÓN

04
NECESIDAD
DE HÉROES

05
AYUDA
INTERNACIONAL

06
¿QUÉ HICIERON
LAS MARCAS

LA TECNOLOGÍA HIZO LA DIFERENCIA

| 1985 |

Con el terremoto, las líneas telefónicas en ese entonces se cortaron a causa de los daños en las instalaciones de la infraestructuras de las mismas.

En el sismo de **1985 no había una alerta sísmica** que haya prevenido a los habitantes para permitirles capacidad de reacción.

Fuentes:
"Terremoto en México, 1985" | PAHO TV | En línea: <http://bit.ly/1Lukm9e>
Temblores en México | En línea: <http://bit.ly/2cPaTCK>



El servicio de telefonía móvil y análoga se vio afectado también; con la diferencia de que hoy existe WhatsApp que fue el principal opción para comunicarse.

En la actualidad, contamos incluso con APPs de alertas sísmicas que nos pueden notificar hasta **1 minuto antes** de que inicie el temblor.

SkyAlert ha superado en descargas a Netflix y Whats app en México (+62M).

Fuente: Sysomos Map | México | Sep 19 – Oct 17 de 2017
Inegi, Estadísticas Día Mundial del Internet | 2017 | En línea: <http://bit.ly/2qnYmg1>

RESCATE POTENCIALIZADO POR AVANCES TECNOLÓGICOS

| 1985 |

Antes no existía ningún dispositivo que apoyara en la búsqueda de personas, mucho menos bajo los escombros.

Fuente: Investigación Propia Socialand / IAB México.



Hoy día la tecnología permitió que herramientas como el localizador de personas y derrumbes de Google:



Y el escáner térmico ayudaran en los rescates.



EN EL FUTURO
TODOS SERÁN
FAMOSOS POR
15 MINUTOS

Andy Warhol

01
TECNOLOGÍA

02 FUENTES DE INFORMACIÓN

03
VALIDEZ DE LA
INFORMACIÓN

04
NECESIDAD
DE HÉROES

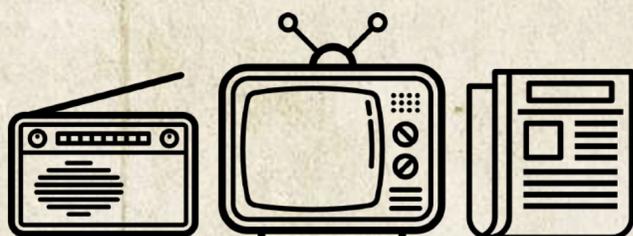
05
AYUDA
INTERNACIONAL

06
¿QUÉ HICIERON
LAS MARCAS

EVOLUCIÓN DE LA OFERTA DE LA INFORMACIÓN

| 1985 |

Hace 32 años la información demoró en llegar a la audiencia, ya que sólo llegaba mediante los medios de comunicación tradicionales.



Medios tradicionales

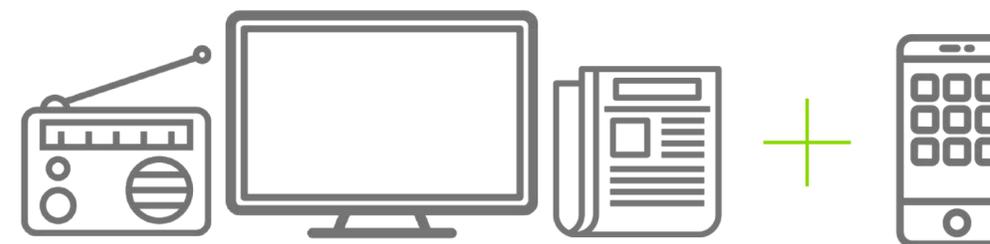
Fuente: Investigación Propia Socialand / IAB México.



2017



Actualmente más del 60% de los mexicanos están conectados a internet, esto y la gran diversidad de información permitió estar informado en tiempo real 24/7



Medios tradicionales

Podcast, Blogs, Sitios informativos, Versión digital de diarios, Versión digital radio, Apps móviles, Redes Sociales

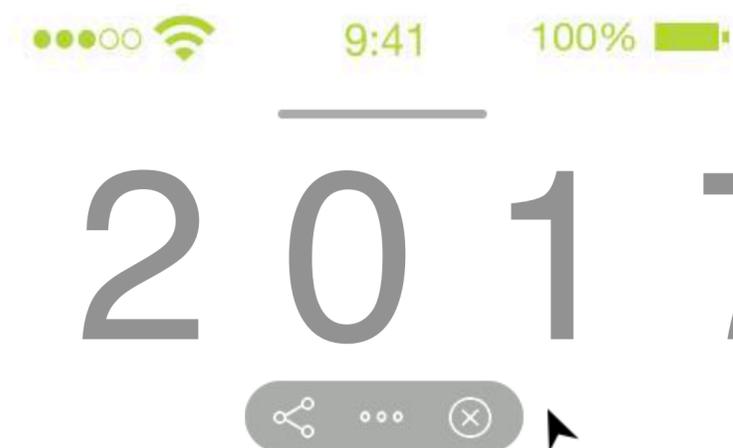
LAS FUENTES DE INFORMACIÓN YA NO ESTÁN FOCALIZADAS

| 1985 |

En 1985 **Jacobo Zabudovsky** fue la voz oficial del fenómeno momentos después de lo sucedido, a través de la radio. Constantemente narró desde su auto y a nivel nacional las primeras impresiones posterior al sismo.



Fuente: Investigación Propia Socialand / Hemeroteca



En 2017 **no fue un actor individual** quien tomó la narrativa oficial, todo aquel que tiene un smartphone fue capaz de reportar los acontecimientos más relevantes desde el lugar en el que se encontraba a través de Facebook, Twitter, Whats app, foros informativos, etc...



LAS FUENTES DE INFORMACIÓN YA NO ESTÁN FOCALIZADAS

| 1985 |

El comunicado más inmediato y actualizado de derrumbes estructurales se obtiene a través de la estación de radio: Radioaficionados.



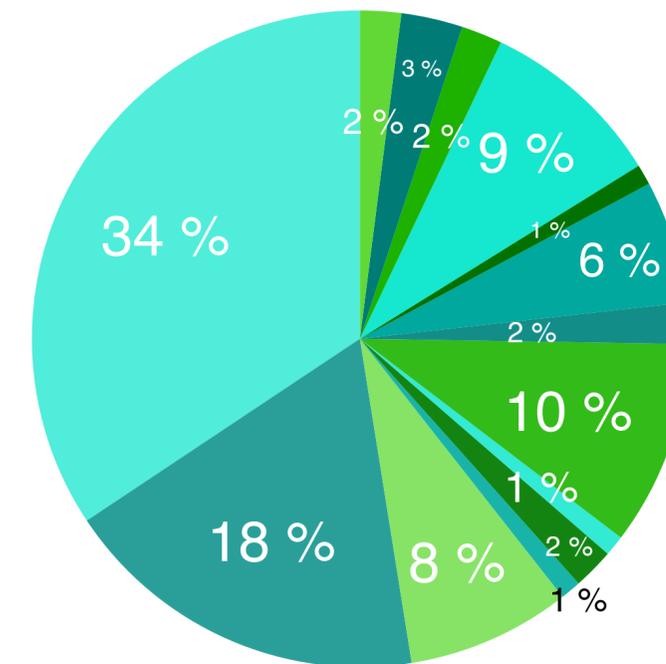
Fuente : Fonotecanacional | <http://www.fonotecanacional.gob.mx/index.php/escucha/audio-del-dia/113-audio-del-dia/453-sismo-de-1985>
 Data de Software SySomos, periodo 18 de septiembre al 20 de Octubre

9:41 100%

2017

El filtro de comunicación se puede segmentar por demarcaciones estructurales de noticias en temas de vivienda, derrumbes, etc o por un apoyo social de vivienda.

Menciones por demarcaciones territoriales de la CDMX



- #AlvaroObregon
- #Azcapotzalco
- #BenitoJuarez
- #Coyoacan
- #Cuajimalpa
- #Cuahutémoc
- GustavoAMadero
- #Iztacalco
- #Iztapalapa
- #MagdalenaContreras
- #MiguelHidalgo
- #MilpaAlta
- #Tláhuac
- #Tlalpan
- #VenustianoCarranza
- #Xochimilco

LA SOCIEDAD MANIFESTÁNDOSE CON MAYOR AGILIDAD Y ALCANCE

| 1985 |

La ausencia de tecnología en temas de comunicación no fue impedimento pues los carteles fungieron como medio de denuncia social en temas de vivienda al tener incertidumbre si recibirían ayuda por parte del gobierno; además de la plusvalía que estaban perdiendo principales las zonas afectadas por el desastre.



Fuente: Libro | 20 años después, Los sismos de 1985, UNAM, pág. 163.

Fuente: Video | <https://www.youtube.com/watch?v=rx-X2BYs03o>
Data de Software SySomos, periodo 18 de septiembre al 20 de Octubre



Hoy la tecnología también ayudó en materia de vivienda; el descontento social por medio de quejas en los perfiles de redes sociales de distintos servidores públicos o sitios oficiales de gobierno no se hicieron esperar.





QUIÉN CONTROLA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTROLA LAS MENTES

Jim Morrison

01
TECNOLOGÍA

02
FUENTES
DE INFORMACIÓN

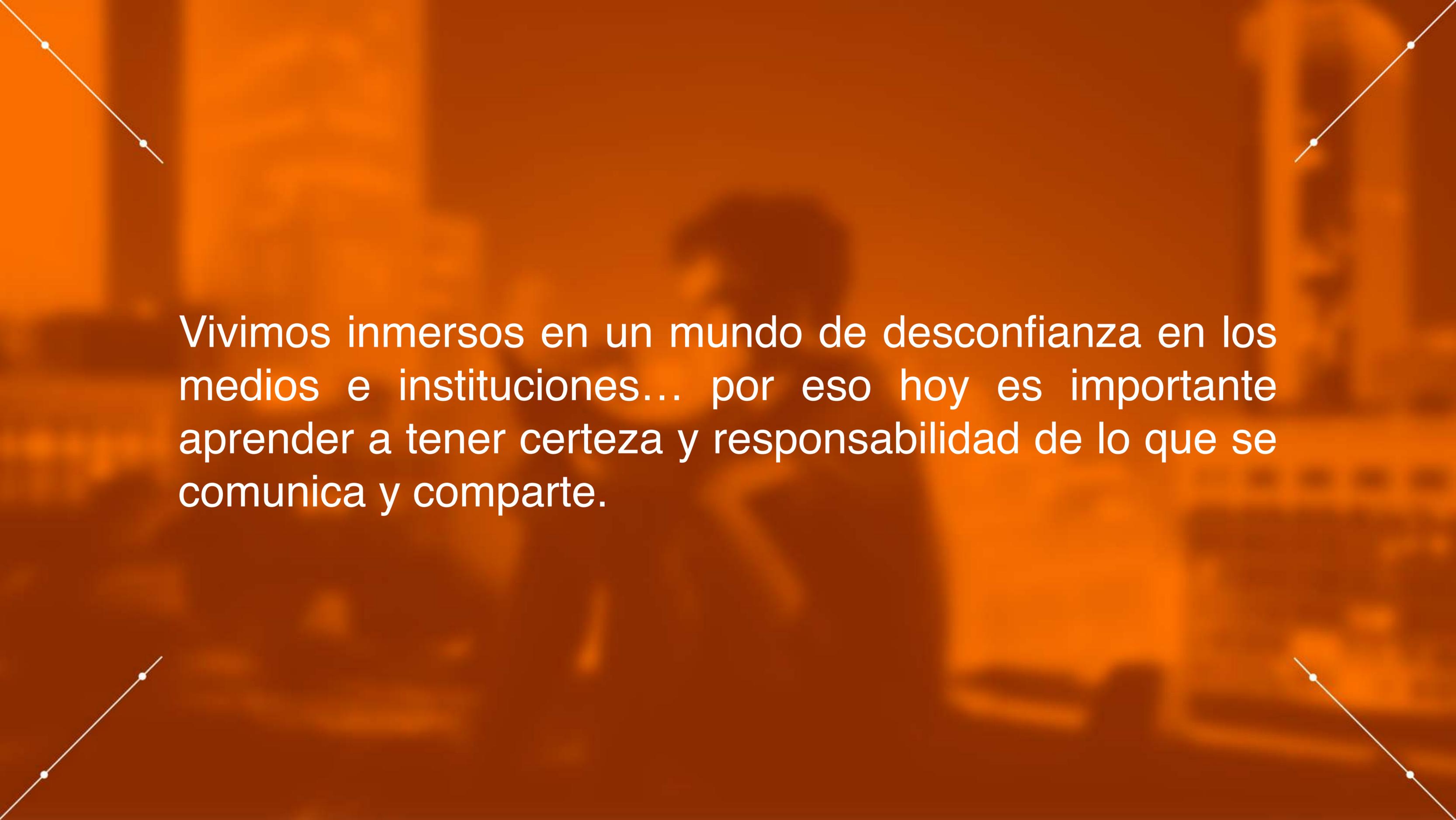
03

**VALIDEZ DE LA
INFORMACIÓN**

04
NECESIDAD
DE HÉROES

05
AYUDA
INTERNACIONAL

06
¿QUÉ HICIERON
LAS MARCAS

The background of the slide is a blurred image of several people sitting around a table, likely in a meeting or conference. The image is overlaid with a semi-transparent orange filter. In the four corners of the slide, there are decorative white lines with small circular dots at the ends, forming a cross-like pattern.

Vivimos inmersos en un mundo de desconfianza en los medios e instituciones... por eso hoy es importante aprender a tener certeza y responsabilidad de lo que se comunica y comparte.

LAS "FAKE NEWS" SIEMPRE HAN EXISTIDO

| 1985 | MONCHITO

La esperanza difundida por medios tradicionales repetida una y otra vez, sustentó la mentira que por un tiempo se convirtió en verdad.

Monchito, víctima de un trágico suceso permeó un sentido de esperanza y unión en la estabilidad emocional de una sociedad rota.

Tuvieron que pasar casi 15 días, para corroborar lo que autoridades competentes, italianas e israelís. Ahí nunca hubo vida!

Removieron ya Todos los Escombros y no Apareció el Cuerpo de "Monchito"

El caso Luis Ramírez, hasta hoy conocido como el niño desaparecido de la ciudad de Veracruz, continúa siendo un misterio. Se sabe que el cuerpo de Monchito no apareció en los días siguientes al terremoto. El cuerpo de Monchito no apareció en los días siguientes al terremoto. El cuerpo de Monchito no apareció en los días siguientes al terremoto.



Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Google Adwords.
Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.

9:41 100%

2017

FRIDA SOFÍA

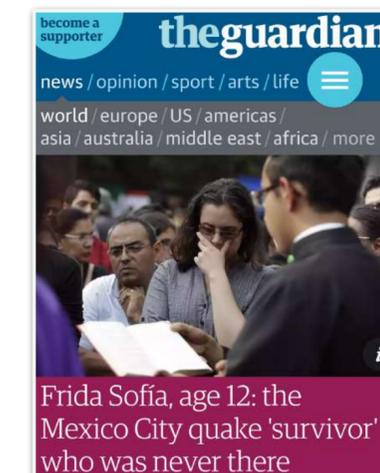
Este año el turno fue del caso de Frida Sofía mismo que generó un alcance de 7.2 billones de impresiones alrededor del mundo.

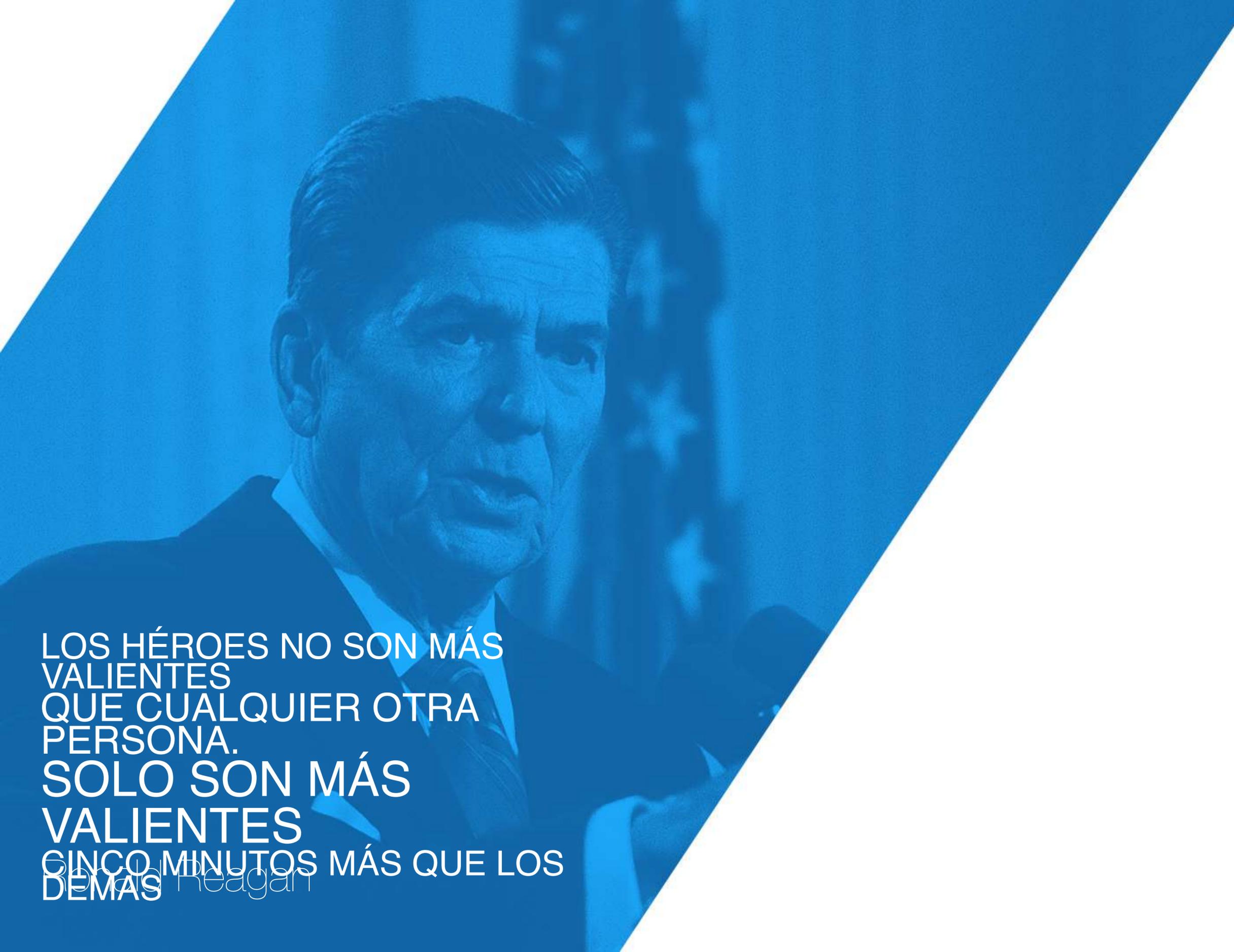
- Casi 800k conversaciones
- Reafirmó la poca credibilidad del medio de comunicación más grande de México y del Gobierno Federal.
- 550,000 búsquedas de usuarios siguiendo la noticia
- Inmediatez de información actual VS hace 32 años.



Labores de rescate en el colegio Enrique Rébsamen. Foto: Ángeles Torrejón

El reality de Frida Sofía o la desmesura mediática de Televisa





LOS HÉROES NO SON MÁS
VALIENTES
QUE CUALQUIER OTRA
PERSONA.
SOLO SON MÁS
VALIENTES
CINCO MINUTOS MÁS QUE LOS
DEMÁS Ronald Reagan

01
TECNOLOGÍA

02
FUENTES
DE INFORMACIÓN

03
VALIDEZ DE LA
INFORMACIÓN

04
**NECESIDAD
DE HÉROES**

05
AYUDA
INTERNACIONAL

06
¿QUÉ HICIERON
LAS MARCAS

LA JUVENTUD SE REDIME MOSTRANDO SU LADO MAS HUMANO

| 1985 |

La que hoy es conocida como Generación X, era percibida y comparada con los Cachún-Cachún RaRa, personajes sin intenciones de éxito.

EL 19 de septiembre de ese entonces los jóvenes chilangos habrían conseguido cambiar esa percepción logrando el reconocimiento del resto de los ciudadanos: sobrevivir y ayudar.

Prestando atención a las necesidades de sus comunidades físicas no virtuales.

Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Mobile Social Media User Share in Mexico, by Age and Platform, March 2017, eMarketer.
Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.



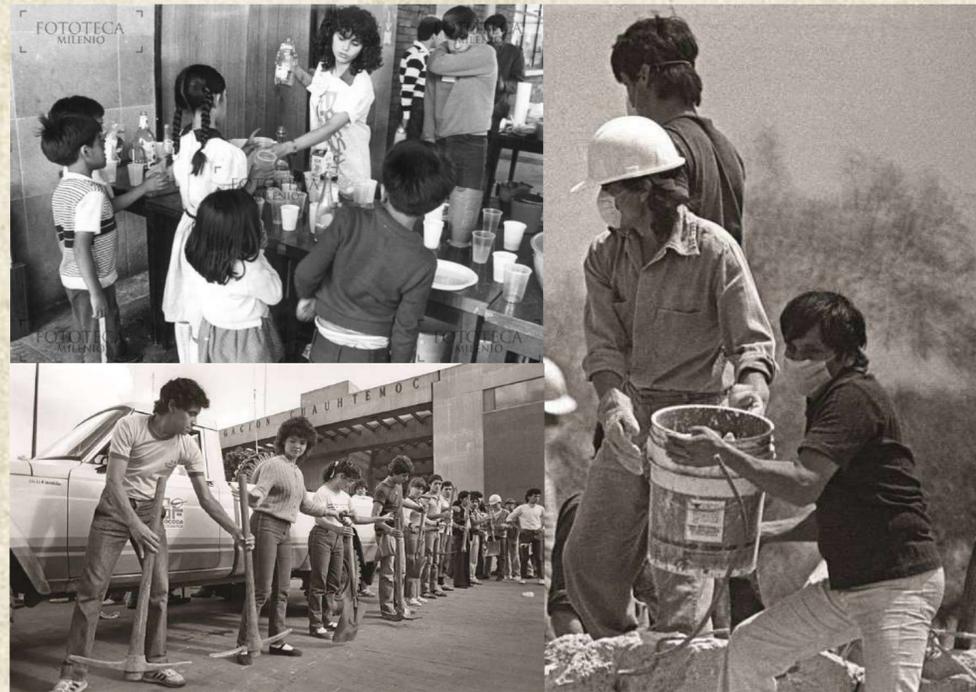
Esta ocasión el llamado a escena fue para Los Millenials segmento que de algún modo es criticado por su estilo y filosofía de vida.

La reacción post terremoto de este sector se vio claramente evidenciada no porque hayan sido los que pertenecen a esta generación los únicos en ayudar, sino porque son los que pueden "gritarlo al mundo" a través de un smartphome.

El 90% de ellos cuenta con acceso a un dispositivo móvil; lo cual les permitió ser parte de la fuerza comunicacional a través de Facebook (81%), YouTube (78%) e Instagram (77%).

LA JUVENTUD SE REDIME MOSTRANDO SU LADO MAS HUMANO

| 1985 |



Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Mobile Social Media User Share in Mexico, by Age and Platform, March 2017, eMarketer.
Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.

9:41 100%

2017



MÉXICO NECESITA SABER QUE TIENE HÉROES

| 1985 | PLÁCIDO DOMINGO

En el pasado fue la voz e imagen del tenor español lo que dio credibilidad a los hechos y funcionó como mecanismo para “viralizar” su testimonio día a día utilizando a favor de la comunidad su exposición en medios para clamar por ayuda, recibiendo no sólo reconocimiento de civiles, sino de personas públicas en todo el mundo.



Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Google Adwords.
Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.

9:41 100%

2017



FRIDA

Este Septiembre, Frida se convirtió en una imagen de esperanza; era la cara de la valentía y tenacidad que querían mostrar las fuerzas armadas.

33k menciones enaltecieron la labor de Frida.

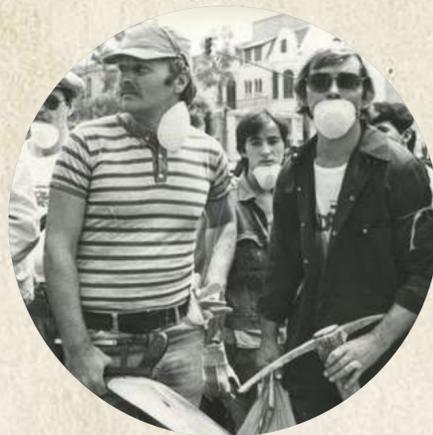
#TodosSomosFrida alcanzó a más de 675,9 millones de personas en todo el mundo, sumando esfuerzos a través de diversas dinámicas incluso para recaudar fondos.



OTROS HÉROES QUE HAN PERDURADO A TRAVÉS DEL TIEMPO

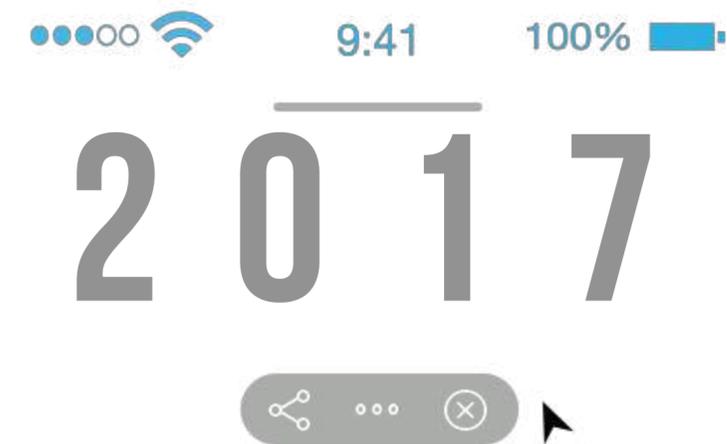
| 1985 |

Fue en medio de la catástrofe del '85 en la que se vio envuelto México que surgió este grupo de voluntarios que aún sin entrenamiento ni equipamiento especial, siempre estuvieron dispuestos a actuar en condiciones de riesgo. Para después fomentar la cultura de prevención; creando conciencia de la protección civil.



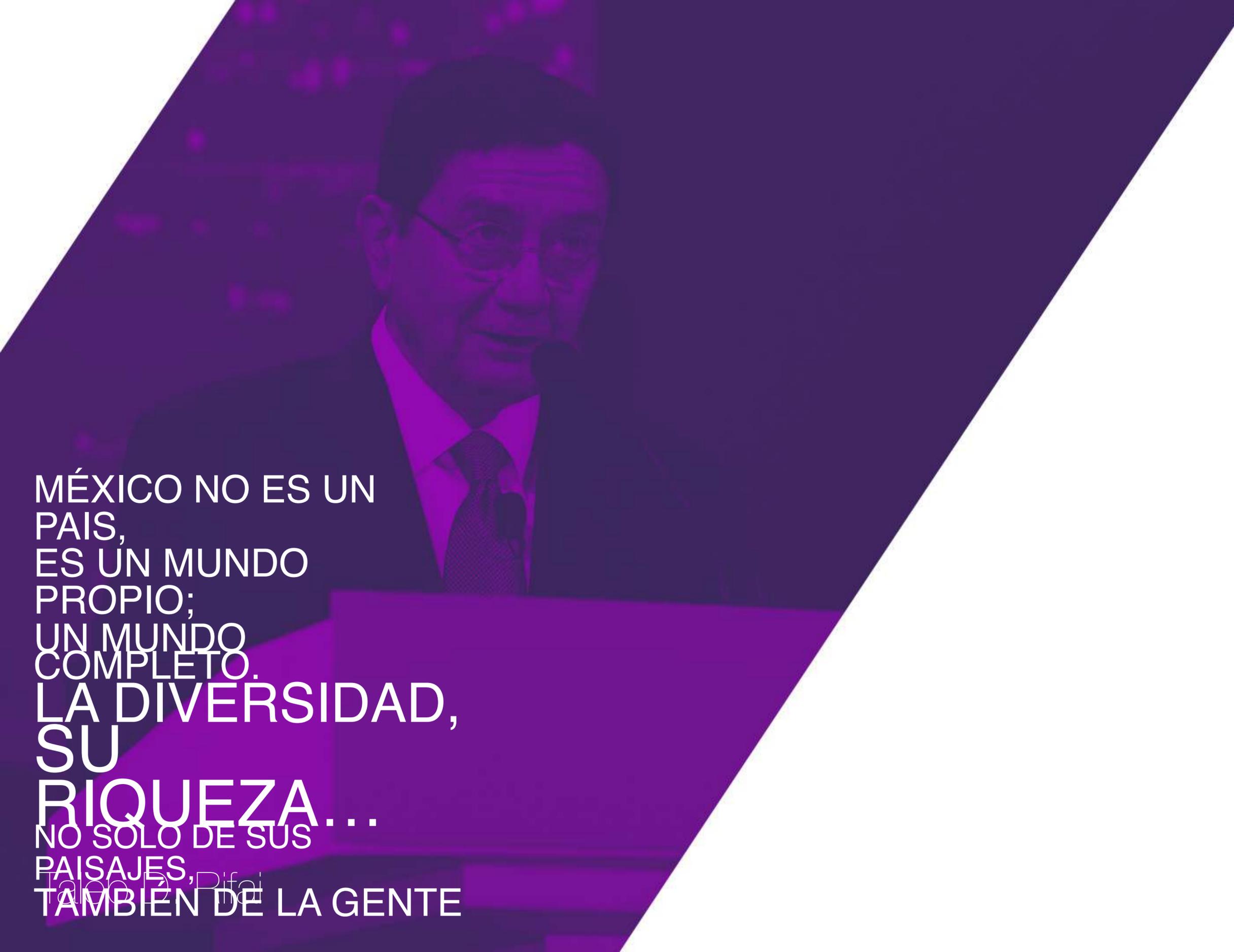
Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017.

Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.



32 años después, Los Topos **conservan una buena percepción y credibilidad** gracias a su constante labor al paso del tiempo registrando una percepción en su mayoría positiva (78%) en la escucha digital.





MÉXICO NO ES UN PAIS,
ES UN MUNDO PROPIO;
UN MUNDO COMPLETO.
LA DIVERSIDAD,
SU RIQUEZA...
NO SOLO DE SUS PAISAJES,
TAMBIEN DE LA GENTE

01
TECNOLOGÍA

02
FUENTES DE INFORMACIÓN

03
VALIDEZ DE LA INFORMACIÓN

04
NECESIDAD DE HÉROES

05
AYUDA INTERNACIONAL

06
¿QUÉ HICIERON LAS MARCAS

MUESTRAS DE APOYO INTERNACIONAL INMEDIATAS

| 1985 |

En vísperas de La Copa del Mundo de 1986, el poder ejecutivo en turno pidió a medios locales minimizar el impacto del sismo para evitar su cancelación, sin embargo, medios internacionales de renombre cubrieron la nota para sus localidades.



Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Google Adwords.

Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.



Los avances tecnológicos ante los que nos encontramos en la actualidad nos permitieron ser testigos de **accionables difundidos en redes sociales** de inmediato. Podíamos ver a Cristiano Ronaldo respondiendo a un fan victima del terremoto, **conmoviendo** al mundo con un tweet que alcanzó a más de **5M** de usuarios.

Fue así que también se supo que los expertos provenientes de diversos países vinieron a ayudar; siendo la llegada y despedida de Japón una de las notas más virales en la red, mostrando a un líder internacional conmovido por la solidaridad mexicana.





PARA QUE UNA MARCA
SEA REALMENTE
EXITOSA,
TIENE QUE SABER
COMO ANTICIPAR
LAS NECESIDADES

Steve Jobs

- 01
TECNOLOGÍA
- 02
FUENTES
DE INFORMACIÓN
- 03
VALIDEZ DE LA
INFORMACIÓN
- 04
NECESIDAD
DE HÉROES
- 05
AYUDA
INTERNACIONAL

06 ¿QUÉ HICIERON LAS MARCAS

MUESTRAS DE APOYO INTERNACIONAL INMEDIATAS

| 1985 |

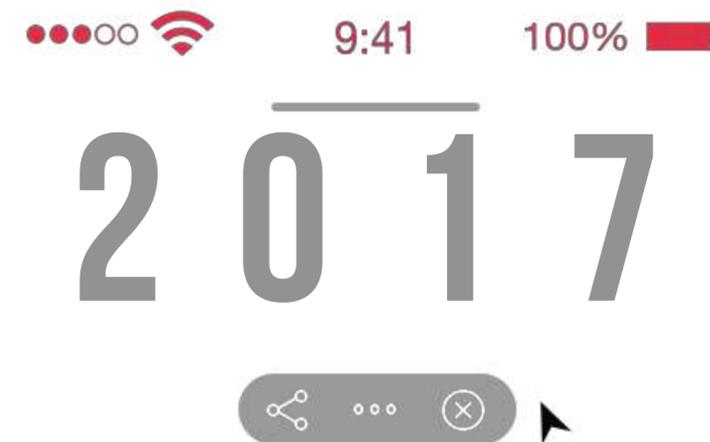
Si bien hubo marcas que apoyaron durante el sismo, no marcaron tendencia, ya que al no contar con redes sociales es más difícil hacerle saber a la audiencia las acciones que se toman.

Empresarios y obreros llaman a la solidaridad

MEXICO, D.F., Sept. 19 (EXC-AEE).— Los dirigentes de los organismos cúpula del sector empresarial hicieron un llamado general a comerciantes, patrones, industriales, prestadores de servicios y empresarios en general, para que se solidaricen con los afectados por el terremoto de hoy, y presten el auxilio necesario para aliviar las necesidades de los damnificados, y hagan llegar alimentos, medicinas, frazadas y todo lo que sea indispensable para dar asistencia, a hospitales, centros de salud y otros centros habilitados para atender a los afectados por esta tragedia.

Fuente: Sysomos en un periodo del 19 de septiembre al 18 de octubre de 2017., Google Adwords.

Varios, Esto pasó en México Ed. Extemporáneos, diciembre de 1985.



Las reacciones de las marcas mostraron diferentes vertientes:

- Las que mostraron en redes sociales su apoyo a los damnificados.
- Las que compartieron información relevante, como ubicación de centros de acopio o productos necesarios para donar.
- Las que compartieron que iban a donar mercadería
- Las que no realizaron ninguna publicación y realizaron donaciones "en silencio".
- Las que pautaron contenido con el fin de mostrar información de ayuda.
- Las que optaron por el silencio, y en algún casos retomaron la actividad una semana después con mensaje de ánimo para la población.
- Las que donarían con el condicionamiento de que la audiencia lo haga antes.

FINDINGS

- En el sismo de este año la tecnología logro “reducir” el impacto de la tragedia siendo de gran apoyo tanto en rescates como en temas de comunicación. La diferencia se nota en el hecho de que la gente de bajos recursos no tuvo exposición mediática hace 32 años; en 2017 gracias a las redes sociales se logró cubrir las noticias de lugares a los que en otro momento hubiera sido difícil llegar, por mencionar solo un ejemplo.
- Pese a que la forma en que se comunicaban los acontecimientos en 1985 se vio focalizada en los reportes de Jacobo Zabłudovsky puede dar un precedente del primer teléfono “móvil” en la historia de la comunicación.
- La inmediatez de las noticias, el exceso de información y la diversidad de fuentes si bien tuvo un momento de descontrol; fueron los mismos usuarios que a través de hashtags lograron organizar la veracidad y cantidad de noticias.
- El interés y poder mediático para convertir mentiras en verdades se notó en 1985 con el caso de Monchito y este año se repite la historia pero con otro nombre: Frida Sofía.
- La vitalidad, disposición y buena voluntad de la juventud en ambas eventualidades salió a relucir ya que ayudaron incansablemente.
- En ambos eventos (1985 y 2017) la sociedad buscaba reflejarse en símbolos, personas o personajes como Frida, Plácido Domingo.
- Los Topos se han convertido en una “institución” respetada a través del tiempo, haciendo sentir a la sociedad respaldada por su apoyo
- Si bien en 1985 México recibió ayuda de otros países, esta llegó a nuestro país cierto tiempo después de lo acontecido. Este año la solidaridad no se hizo esperar; la diferencia fue que en menos de 48 horas los rescatistas de otras nacionalidades llegaron a México.
- En ambos casos las marcas mostraron empatía en el pasado no fue tan notable debido a que la difusión era limitada; no fue así en el más reciente sismo donde se pudieron notar diversos tipos de reacción por parte de estas; mismas que fueron percibidas por los internautas.