**ESCUELA PREPARATORIA EST. NO. 3 CTM  
COMPETENCIAS DIGITALES II  
ADA 2 “TRANSFORMACIÓN DEL SECTOR INDUSTRIAL Y SERVICIOS.”  
MAESTRA: ROSA ICELA RAMAYO CHUC  
INTEGRANTES: ARANDA CANUL ADRIÁN JESÚS #3 100%  
NARVÁEZ CANCHE NAYBELIN JAQUELINE #33 100%  
RUIZ YAM JHON NOEL DE JESÚS #41 100%  
TRINIDAD LÓPEZ SHERLYN ELENA #47 100%  
VERA EB ROSA CRISTINA #49 100%  
3RO.A  
MATUTINO  
FECHA DE ENTREGA: 30/04/20**

**Introducción**

En ADA anterior vimos acerca de cómo la revolución industrial fue avanzando con el paso del tiempo, los inventos cada día se iban actualizando, dividiéndose asi en 4 revoluciones, ahora en esta ADA veremos cómo ha sido la transformación industrial y de servicios en los diferentes países, nos vamos a basar en sus experiencias para hacer un análisis detallad, hemos escogido 5 documentos los cuales hablan acerca del tema de la transformación, estos los hemos guardado en un repositorio por el cual podrás acceder con el link que se encuentra al final de este documento, esperamos que sea de mucha ayuda esta información y analicen que cambios ha habido en tu país.

**Industrias de Contenidos en américa latina**

La

**Análisis adrián Aranda #3**

Una de las primeras discusiones que surgen cuando se debate el tema de los medios de comunicación y de la producción de contenidos digitales es el lugar que ocupan y a qué tipo de industrias están relacionados, en cuanto negocio y espacio cultural. En ese sentido ¿es posible considerar cómo industrias culturales los contenidos producidos para medios digitales

Algunos investigadores siguen situando las nuevas tecnologías como un punto más de las industrias culturales, como es el caso de Katz (2006), Mattelart (2004) o Bezerra y Mastrini (2006). Entretanto, creemos que es necesario estudiar de nuevo el paradigma de la Teoría Crítica que intentaremos tratar, aunque muy rápidamente, en este apartado. Todo planteamiento teórico necesita de un análisis histórico para que sea posible comprender en que contexto fue planteado. Hoy las industrias culturales no logran dar cuenta de comprender y abarcar los nuevos medios que están surgiendo a partir de las TIC. Eso ocurre porque en el momento histórico, político, económico, social y cultural en que el concepto fue elaborado el mundo era totalmente distinto y la cultura tecnológica apenas empezaba a dar sus primeros pasos. Entre los años 20 y 80 del siglo XX no había este tipo de tecnologías ni las amplias posibilidades de interactividad, desplazamiento, virtualización, inclusión social, así como conexión en tiempo real que las Tecnologías de la Información y la Comunicación permiten hoy día.

La segunda generación de pensadores de la Teoría Crítica, donde Habermas es el teórico más conocido, ha planteado la existencia de una esfera pública que permitiría a la gente relacionarse de forma distinta con los medios. Pero tampoco el teórico alemán tuvo la oportunidad de vivir estos nuevos tiempos que si están dirigidos y planteados en forma de políticas públicas para la sociedad de la información y de la comunicación, podrán estimular el surgimiento de nuevos oficios. de más empleos y también colaborar para el desarrollo sustentable de la región a partir del uso de las TIC y del proceso de inclusión digital de la gente. Por otro lado, es necesario recordar que las posibilidades interactivas y de inclusión social no modifican el hecho de que, aún con las nuevas tecnologías de información y comunicación, es decir utilizando herramientas tecnológicas, el escenario que existe hoy en el mundo es de grandes empresas o grupos interesados en ampliar sus mercados en la producción de contenidos y por ende, influencian en la construcción de valores en el medio social.

La consecuencia realmente transformadora para la sociedad de esa primera comunicación no ha sido tanto la posibilidad de creación ilimitada de la oferta -una condición técnica – sino la aceleración en la creación de nuevos mercados de consumidores y sus consecuencias económicas, sociales y culturales, que a su vez colaboraron para el surgimiento de nuevas formas de subjetividad.

La Argentina cuenta con una población estimada en junio de 2006 en 38,9 millones de habitantes concentrados sobre todo en la Capital Federal (Buenos Aires, con casi 13 millones de habitantes), y en las principales ciudades: Córdoba y Rosario, con 1,3 y 1,4 millones de habitantes respectivamente. Es la tercera potencia en materia económica de América Latina, superada por Brasil y México. Si al Producto Bruto Interno (PBI) se lo considerara en paridad de poder adquisitivo en 2006 alcanzó los 621.070 millones de dólares, según el Fondo Monetario Internacional (FMI), acortándose las distancias respecto al PBI de Brasil o de México. El PBI per capita de 5.745 dólares es el más alto de la región. Esos números muestran el inicio de una recuperación de la crisis económica que en los comienzos del siglo XXI se desató en la Argentina e implicó la consolidación de altos niveles de desempleo y por ende, bajos niveles de consumo que repercutieron particularmente en los medios de comunicación y en la industria cultural del país. Pero poco a poco, la recuperación del país se hace notar en lo que respecta a las industrias culturales (analógicas) y a las industrias de contenido (digitales), sea a través de proyectos regionales como el Observatorio Mercosur del Audiovisual, o proyectos locales, como el Observatorio de Juegos o el Observatorio de Industrias Culturales. La Argentina es el país que cuenta con el número más alto de radios por habitante en la región. La penetración de la radio alcanza el 99% de los hogares y 75,3% de los argentinos afirmaran escuchar radio diariamente en 2006. Sin embargo, el país carece de un sistema de alcance nacional. Sólo la radio del Estado (Radio Nacional) cubre una parte importante del país, con 40 repetidoras. A partir de 1999, la legislación de la radiodifusión permitió la formación de cadenas, aunque todavía no llegaron a consolidarse. Desde 1983, se registra el crecimiento de la radiodifusión sin permiso legal que no ha sido considerada estadísticamente en este trabajo. Este hecho restringe la posibilidad de analizar la dimensión económica del sector, que ha sido uno de los menos afectados por la crisis, debido a que sus pautas publicitarias son más accesibles que las de los restantes medios audiovisuales (televisión abierta y de pago). Argentina posee un vigoroso y tradicional sector editorial, que actualmente enfrenta la llegada de editoriales españolas o de otros países que compiten directamente con las editoriales locales. Es posible afirmar que aun cuando la industria del libro fue una de las más afectadas por la paridad cambiaria en la década del 90, el país contó con un sector editorial fuerte, al punto que en el año 2000 se editaron un promedio de 36 libros por día. Este dato cobra relevancia si se toma en cuenta que la sobrevaluación del peso motivó que la industria trasladara una parte sustantiva de la producción fuera del país. Datos extraoficiales permiten asegurar que la venta de libros creció durante la década del 90. Sin dudas el fenómeno más importante durante dicho período es la concentración de la propiedad en los sectores de la producción y canales de distribución, así como la integración vertical en numerosos casos.

**Análisis Naybelin Narvaez #33**

El primer punto que se abarca en el contenido, es de los medios de comunicación y las producciones de contenidos digitales, donde entiendo que la importancia y éxito de estos tiene que ver con la consolidación del entretenimiento digital como una de las principales preferencias de los ciudadanos, también me pude percatar de como informan sobre la industria cultural y como esta tiene que ver con los contenidos producidos para medios digitales.

Para empezar, la industria cultural y su significado es muy diferente hoy en día que, en sus comienzos. El termino al parecer fue planteado por filósofos como Theodor Adorno y Max Horkheimer, ellos lo definieron como la producción de cultura de masas y el uso económico de esos bienes culturales en una sociedad capitalista. En la actualidad, se puede definir en términos más fáciles como, por ejemplo, que las industrias culturales son las que producen bienes simbólicos y de valor, los cuales incluyen cosas como la impresión, audiovisuales, productos fonográficos, entre otros.

Técnicamente la industria cultural se conoce como la 1ª comunicación, y abarca lo que es la industria creativa y la industria de contenidos. Al parecer el siglo XX es el que es considerado como 1ª comunicación, debido a que se baso en el congelamiento del tiempo y su reproducción tecnológica; para la sociedad, lo transformador de esto fue la creación de nuevos mercados de consumidores y sus consecuencias en todos los sectores

También se llega a mencionar sobre los TICS (Tecnologías de Información y Comunicaciones) que ya se conoce y se sabe que se refiere a las prácticas, conocimientos y herramientas vinculadas al cambio tecnológico, en otras palabras, en la aparición del internet; los tics han estado en constante proceso de cambio para mejorar sus servicios y calidad de funcionamiento, por lo que se puede considerar que son dinámicas y se adaptan a las necesidades del presente.

Al parecer los TICS tiene que ver con la llamada 2ª comunicación. De hecho, en la época que apareció los TICS, todavía había personas que aun convivían con los medios de comunicación tradicionales porque todavía estaban adaptándose, ya que hay un tiempo de convivencia de lo “nuevo” y lo “viejo”, hasta que uno desplace al otro, un claro ejemplo de esto sería el cambio de las máquinas de escribir a las computadoras.

Por otra parte, se menciona la Revolución Industrial, que fue aquel período histórico que se extendió desde la segunda mitad del siglo XVIII, hasta principios del XIX y en el cual, preeminentemente en Europa, se produjo una incontrolable e innumerable cantidad de transformaciones tecnológicas, culturales y socioeconómicas, que desde la etapa neolítica no sucedía. Lo que se puede diferenciar de esto es que ya no es tan necesario como antes ser propietario de los medios de comunicación para producir contenidos, solo basta con tener acceso a ellos y a sus recursos de información, y para eso nos sirven los TICS.

Prácticamente, los jóvenes son los que están más acostumbrados a la tecnología, debido a que nacieron con ella, pero ya para personas más grandes se convirtió en algo nuevo. Parte de la economía cambio con esta nueva era, debido a que trajo más conocimiento, con las nuevas maneras de estar y participar en le mundo; inmediatez, con la competencia y oferta de nuevos servicios en todos los sectores; y virtualización, con una transformación radical, como los centros comerciales virtuales.

Las industrias creativas y de contenidos, que prácticamente son la industria cultural, se llegaron a confundir, pero son totalmente diferentes. Las industrias creativas fue un término amplio que poco a poco creció, y son por una parte los medios tradicionales como la revista e influyen en el sector de la economía definiendo políticas y estrategias para los productos; así como en las formas artísticas de la alta cultura a la popular, como la artesanía.

En cambio, tenemos que las industrias de contenidos pueden actuar en diferentes ámbitos al mismo tiempo, según investigaciones incluye las televisiones digitales, el internet, cine, archivos digitales y se puede seguir expandiéndose en otras industrias en lo digital; prácticamente esto abarca nuevos modelos de negocios, estructuras tecnológicos, lenguajes para estos medios digitales, profesionales capacitados y la forma como nos relacionamos con los diferentes entornos en los que nos encontremos.

Por lo que note, hubo un estudio que hicieron en Latinoamérica respecto a los medios de comunicación y telecomunicaciones, para analizar lo que es la industria cultural, que como ya se había mencionado anteriormente, también abarca la industria de contenidos.

El primes país que se evaluó fue Argentina, la cual es la tercera potencia en materia económica de América Latina, superada por Brasil y México, además tenía indicadores culturales cercanos a los europeos, aunque la producción estuviera concentrada en la capital porteña. En el siglo XXI, este país sufrió por una crisis económica, por lo que hubo altos niveles de desempleo. Una vez que ya estuvo en recuperación el país, lo hizo notar con la industria cultural y de contenidos, todo esto con proyectos regionales y locales.

Se abarco lo que fue la estructura del mercado, por un lado se tiene a la radio, que a pesar de contar con un gran numero de radio por habitante, carecía de un sistema de alcance nacional; la televisión, que se inicio en 1951 y durante su primera década fue creciendo lentamente debido a que los hogares con aparatos receptores de TV eran muy escasos; y el cine, que tomo impulso en la década de los 90, y se convirtió en el primer productor por número de películas, superando a Brasil.

Obviamente en la actualidad es muy diferente, ya que Argentina y todos los países de Latinoamérica lograron desarrollarse adecuadamente con la era digital.

**Análisis Jhon Ruiz #41**

Una de las primeras discusiones que surgen cuando se debate el tema de los medios de comunicación y de la producción de contenidos digitales es el lugar que ocupan y a qué tipo de industrias están relacionados, en cuanto negocio y espacio cultural.

La industria cultural abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza, es decir producen bienes simbólicos y de valor. Esa definición puede ser vista aún hoy en el Portal de la Cultura de América Latina y Caribe de la UNESCO11. El Portal no hace diferenciación entre las empresas y/o grupos de comunicación y la producción de contenidos y trata a todos como sinónimos: las industrias culturales, también llamadas industrias creativas o industrias de contenidos, incluyen la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños. Estos productos, de acuerdo con el Portal de UNESCO, en general están protegidos por copyright y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Pero hoy, las posibilidades en cuanto a los derechos de autor van más allá del copyright. Estos incluyen también el copyleft12 y el creative common13 y la licencia GNU14 que abren espacio a la gente tener acceso libre a diferentes contenidos

La llegada de las llamadas nuevas tecnologías de la información y de la comunicación configuran lo que se suele llamar de 2ª comunicación, pues operan en una lógica contraria: se elimina el espacio “real” y se anulan las limitaciones de tiempo y distancia. El tiempo ya no es un tiempo congelado. Se trata de un tiempo en presente; las cosas ocurren en el momento. Las TICs generan lógicas propias de funcionamiento y reorganización del mundo, pero en ese momento aún convivimos con los medios de comunicación tradicionales. Y los medios tradicionales todavía responden a lógicas de comienzos del siglo XX correspondientes al período en que surgieron. Ellos buscan urgentemente reorganizar sus estructuras y lógicas para adaptarse a los nuevos tiempos tecnológicos y a la nueva economía. Por otro lado, es cierto que todavía habrá un tiempo de convivencia entre “el viejo” y el nuevo, hasta que uno desplace el otro

Desde el punto de vista económico, es necesario contextualizar el escenario donde se sitúan las TIC y los productos audiovisuales realizados a través de la digitalización. Si hasta los 80 era posible analizar el mundo dentro del escenario de una economía industrial, en los años 90 las radicales transformaciones económicas exigen nuevos parámetros de análisis en el campo económico. Esos cambios están relacionados a la globalización de la economía, al fin de las fronteras, a la crisis de los Estados-naciones, a la transnacionalización de las empresas, particularmente las de comunicación, a la utilización cada vez más frecuentes de las tarjetas de crédito (dinero electrónico) en detrimento al dinero en efectivo y los cheques, a los cambios en las relaciones de trabajo

Cabe aclarar ahora los conceptos de industria creativa y de industria de contenidos para comprender las diferencias entre los dos términos y definir cuál es el concepto más adecuado para la realidad latinoamericana. El concepto de industrias creativas surgió en 1980 en Australia, pero fue desarrollado en el Reino Unido durante el primer gobierno de Tony Blair25 como una estrategia política para abrir nuevos frentes de trabajo, desarrollar nuevos mercados y permitir la inclusión social. Las industrias creativas son un término amplio que creció, abarcado por los teóricos de la Economía de la Cultura e incluye mucho más que la producción de contenidos para los medios tradicionales

Todo estaría perfecto si no fuera que los teóricos de la Economía de la Cultura todavía incluyen a los medios de comunicación analógicos y digitales en el rol de la industria cultural, como si fuera todo igual y no existieran diferencias epistemológicas. Esta es una discusión importante desde el punto de vista de la comunicación, de la información, de la cultura y de la economía política, pues como comentamos anteriormente, ya no es posible plantear solamente los intereses de las empresas de comunicación (y sus connotaciones económicas e ideológicas) sobre la gente, hasta aquí reducida a consumidores de los contenidos culturales.

De acuerdo con el Setting the Institucional Parametters of the Internacional Centre on Creative Industries (ICCI) las industrias creativas nacen en la base de la denominada nueva Economía Creativa; estas industrias producen y distribuyen mercancías y servicios centrados en textos, símbolos e imágenes. La economía creativa se refiere al ciclo de la creación, la producción, y la distribución de las mercancías y de los servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y el capital intelectual como recursos productivos primarios. Dentro de las Industrias creativas de contenido están las siguientes industrias: Editorial, Cine, Televisión, Creación musical, Producción musical independiente, Discográfica, Contenidos para celulares, Contenidos para web, entre otras como radio, propaganda, arquitectura, mercados de arte y antigüedades, artesanía, design, moda, software de ocio, edición y juegos para computadora

**Análisis Sherlyn Trinidad #47**

Las llamadas industrias de contenido representan mucho más que la identidad cultural de sus pueblos y la posibilidad de generar bienes simbólicos que mueven sentimientos, comportamientos y nuevos hábitos en la gente a través de los productos que generan. Las industrias de contenido y la convergencia digital pueden ser un importante factor en el desarrollo sustentable y en la generación de planes políticos que colaboren para la inclusión social y digital de cada ciudadano latinoamericano.

Es evidente que se debe defender a capa y espada el uso del término industria de contenidos para dar por entendido que nos referimos a aquellas industrias que se utilizan con las nuevas tecnologías de información y comunicación, que son apoyadas de la convergencia digital dirigida a las personas, pero a diferencia de décadas anteriores, hoy tenemos la oportunidad de producir contenidos impresionantes y generar información que puede romper barreras llegando hasta las partes más recónditas del mundo, esa es la cuestión, ¿seremos capaces de aprovechar el verdadero impacto que podemos causar con un simple artículo de opinión?  
Lo cierto es que ese mercado mueve cifras cercanas a los billones de dólares y pueden incidir en la calidad de vida de una nación.

Ejemplo de eso es el gran peso económico de las industrias de culturales y creativas, las cuales por ejemplo tuvieron un ascenso en sus ganancias de 1,3 billones de dólares anuales en 2004 y Latinoamérica representaba solamente 30% del comercio total de los bienes culturales de las industrias. El aporte mayor venia de Reino Unido, EE. UU. y China, arrojando como se rompe con barreras culturales y se va más allá de lo que uno pueda imaginar.

Estados Unidos, por ejemplo, hace mucho descubrió las ventajas de fortalecer su sector cultural.  
La participación del sector audiovisual es fundamental en el desarrollo económico de la nación americana y se trata de una industria que garantiza empleos para 1,5 millón de personas. Como si esto fuera poco, exporta sus producciones televisivas y cinematográficas a prácticamente todos los países del mundo. Sin contar el numero de personas que buscan llegar a Hollywood por una oportunidad, el mismo Hollywood detenta 85% del mercado cinematográfico global y 77% de las programaciones televisivas en Latinoamérica.

Sin embargo, hay que recordar que la concentración de grandes grupos es de una magnitud increíble en Latinoamérica, donde los productores internacionales poseen alianzas estratégicas con grupos regionales, muchos de ellos controlados por grupos familiares, como es el caso de las grandes potencias televisivas en Latinoamérica. Se tiene el dato de alrededor de todo el mundo se reparten los bienes culturales entre las principales regiones productoras, siendo USA quien comanda la lista.

Se pueden observar organizaciones tales como “Globo”," “Clarín”, “Televisa” y “Cisneros”, las que obviamente tienen un contrato con organizaciones internacionales de las que provienen la distribución de sus contenidos. Pero esos grupos no representa todo el mercado que se encuentra dividido en diversos sectores, sean ellos públicos o privados.

 Con base a esto, podemos entender que Latinoamérica representa un mercado potencial aún en una fase de gestación, a punto de ser descubierto en su máximo esplendor, pero es necesario que las industrias definan las industrias de contenido y la convergencia como una apuesta para el futuro. A través de la implantación de políticas públicas, ese mercado podrá colaborar mucho para el desarrollo sustentable.

En términos de la formación de una industria de contenidos para la región, vivimos un momento particular, como veremos a continuación. Ya sea porque los ámbitos de la economía, la comunicación y la cultura se acercan cada vez más a partir de la aparición de las tecnologías de información y comunicación o porque representan un desafío y una nueva posibilidad de desarrollo para Latinoamérica y el Caribe, a partir del uso de esas tecnologías y de su aplicación en las industrias de contenidos. Sin embargo, si miramos hoy, solamente existen unas 20 mil personas en ramas propiamente digitales y la fracción de la sociedad que tiene acceso a las TIC todavía es pequeña, pero se trata de un mercado que crece diariamente.

Esa idea podrá ganar cuerpo y tornarse realidad cuando las industrias de contenidos sean planteadas como prioridad en las políticas públicas de cada país y surjan nuevos marcos regulatorios, leyes de defensa de la competencia, subsidios a la demanda, políticas públicas de nivelación de las condiciones de acceso, etc. Eses cambios ocurrirán no solamente en el campo de la producción, sino también en el campo del aprendizaje para que posibilite la apropiación de esas nuevas tecnologías.

Cabe aclarar ahora los conceptos de industria creativa y de industria de contenidos para comprender las diferencias entre los dos términos y definir cuál es el concepto más adecuado para la realidad latinoamericana.

Las industrias de contenido pueden ser analizadas como un sector dentro de la Economía de la Cultura, sin embargo, es necesario tener en cuenta la realidad latinoamericana y la falta de similitud entre la regulación de los temas informativos, comunicacionales y las TIC de cada país. Hoy en día el número de soportes tecnológicos capacitados para producir y difundir información, entretenimiento, contenidos culturales y educativos se han ampliado como nunca antes.

Pero si algo tenemos en claro es que Latinoamérica no evolucionará sin que antes haya entendido las acciones específicas que debe efectuar para una realización clara de sus bienes culturales, explotando cada uno de sus atributos artísticos/culturales, dando una cátedra de cuanto han evolucionado los medios de expresión latinos, sacando a relucir el talento que siempre ha estado dentro de este lado del mundo, dejando un lado los aspectos políticos y empresariales, comprendemos que la industria de entretenimiento es un terreno complicado, sin embargo, es evidente que podemos sacarle aún más jugo a la misma.

Pero volviendo al tema central, queda a la duda cuanto más hemos de esperar por la explosión de la cultura latina, sin embargo, empresarialmente hay un cáncer, la piratería. El índice de compra y venta de copias ilegales es grande en todos los países estudiados, sea en lo que respecta a la industria discográfica, a las películas o a los libros. Eso demuestra que los precios practicados por las diferentes industrias son inaccesibles a la mayoría de la población que encuentra métodos alternativos para disfrutar de las tecnologías, como es el caso de las conexiones clandestinas de TV por cable.

No podemos crecer con estas espinas en el pie, con esta piedra en el zapato, debemos actuar enseguida. La clandestinidad más allá de poder ser excusada con “no tenemos los medios” es un tope en el camino al éxito de la industria cultural latina, y la única manera de ser frenada, es que los gobiernos tomen en serio esta causa como cualquier otra, ni más ni menos.

Ahora bien, ¿cuánto más se continuará siendo degradados por la industria europea? ¿cuándo tomaremos verdaderas acciones contra este mal?; Preguntas que no me dejan dormir.

**Análisis Rosa Vera #49**

En si este texto habla acerca de cómo las tecnologías han ido avanzadas conforme los años pasan y como están han ayudado tanto a las personas como a las empresas.

En este libro también plantea algunas comparaciones e las cosas que en la actualidad son un poco más fácil de realizarlas gracias a los avances tecnológicos unas de las comparaciones que me pareció más interesantes es que mencionan como es que antes las personas cuando tenían que hacer transacciones económicas tenían que salir de su casa para entregar el dinero o darlo en cheques pero ahora en la actualidad muchas personas se ahora hacer eso gracias a que existen las tarjetas de crédito y eso hace más fácil que las personas puedan mandar el dinero sin tener que dejar la comodidad de sus casas.

Este libro trata de explicar las cosas desde que todo comenzó es decir desde que las tecnologías no estaban como ahora habla de que antes era un poco más difícil que las personas tengan la facilidad de obtenerlas.

Este se enfoca más a las telecomunicaciones al comienzo de este te menciona como antes las personas disfrutaban de el teatro los conciertos en vio a que en esos años las personas no tenían ni computadoras ni celulares y mucho menos conexión a internet es por eso por lo que se disfrutaba más.

Después de haberse enfocado en como eran antes las cosas cuando no se tenia la accesibilidad de las tecnologías se comienza a mencionar algunas de las grandes ventajas que este tuvo ya que gracias a la tecnología se volvió un poco más fácil apreciarlas incluso desde la comodidad de su casa.

Como ya mencioné este se enfoca en las telecomunicaciones como la televisión este menciona que en las televisiones al principio no había mucho contenido, pero conforme el tiempo pasaba el contenido de estas se hacían mas grandes y eso hizo que se volviera muy innovador para las personas lo que causa que muchas de las personas quisieran adquirir televisores para poder ver las programaciones que había en estas.

También menciona que comenzaron a existir lugares en los que las personas solían ir a interactuar con las demás personas a ve programas que se estrenaban y si como ya saben estamos hablando denles cines y es que los cines ya tienen tiempo que se comenzaron a utilizar.

Bueno como muchas empresas comenzaron a ver que las nuevas tecnologías tenían gran impacto estas comenzaron a querer que estas las promociones y comenzaron a contratarlas en esos años la radio y la televisión eran los mas utilizados por las personas y es por eso por lo que es en donde las empresas más invertían ya que era seguro que tendrían más ganancia.

A se me olvido mencionar que este libro se enfocó madamas en argentina, pero en si todo lo que sucedía ahí también sucedía en todo el mundo ya que las telecomunicaciones era la innovación mas importante en ese entonces.

Prosiguiendo con lo que hablábamos de las telecomunicaciones bueno en si las telecomunicaciones como todos ya sabemos son los que ayudan a presentar las artes audio visuales.

Algo que menciona este libro es que cada vez van saliendo nuevos creadores y estos son únicamente de internet y eso es un gran cambio ya que como se menciona antes solo se apreciaban las artes en persona hoy no se podía ver en nuestras cosas.

Como ya mencionamos las telecomunicaciones en los años atrás las empresas comenzaron a invertir y gracias a eso es que surgieron cosas nuevas como lo son la televisión de paga, pero al principio para las personas no era tan fácil poder adquirirla ya que en un principio estas tenían un costo algo elevado, pero en un tiempo comenzaron a salir otras compañías que también lo ofrecían a un o precio más bajo hoy eso lo hizo mi accesible para las personas que lo desearan adquirir.

Otra de las cosas que mencionaba es que ahora existen muchos creadores unos ejemplos claros s0on las youtuberas que son los que se dedican a subir contenido a YouTube

En si este libro trata y hacer entender a las personas como eran las telecomunicaciones mucho antes que la tecnología llegara ya que este dice que en la actualidad muchas personas no disfrutan las cosas como salir a admirar obras de teatro o otras cosas ya que prefieren quedarse en casa, aunque eso implique que no convivan con las personas.

Bueno yo pienso9 que este libro tiene información verídica que nos hacer reflexionar acerca de que como las tecnologías nos han ido destaconando de una manera increíble de todas las personas ya que ahora hasta cuando invitas a una persona a salir a un lugar esta no quiere y prefiere quedarse en su casa a ver cosas en internet como lo son videos en YouTube o en plataformas como lo son Netflix claro video o incluso Blim.

Conclusiones

**Conclusión Adrián Aranda Canul #3**

En este trabajo tuvimos la oportunidad de analizar sobre el tema de industrialización y modernización de las industrias por concreto en nosotros nos enfocamos en un trabajo en específico en donde nos iba explicando como la parte latinoamericana evolucionaba en ese entorno y gracias a eso observamos como fue el inicio de estas empresas y como iban creciendo

Entonces podemos decir que las industrias van creciendo poco a poco durante el tiempo y no es como que crezcan tan rápido, si no que tienen cierto desarrollo que implica varias especificaciones reglamentarias que implica

**Conclusión Naybelin Narváez #33**

Fue muy interesante realizar el ada, ya que pude seguir practicando lo que es mi comprensión lectora lo cual, en esta contingencia, lo mejor es ir mejorando en lo que no somos tan buenos. Pude entender mejor que el repositorio, se puede definir como un lugar para guardar algo, es decir, almacenar información de manera digital, y prácticamente fue lo que se hizo en esta ada.

Aprendí como las industrias de contenidos en Latinoamérica creció demasiado con el pasar de los años, haciendo un gran cambo en los sectores, que son el económico, político y social. Esto trajo de cierta manera una mejora en la vida de muchos, como fue el caso del país de Argentina, donde por un tiempo estuvo en gran crisis económica, donde varias personas se quedaron sin empleo y con la llegada de esta industria poco a poco fue trayendo mejoras al país.

Cabe recalcar, que Latinoamérica aun en su fase de descubrimiento, representaba un mercado potencial, y para que tuvieran un buen futuro fue necesario la implantación de políticas públicas.

**Conclusión Jhon Ruiz #41**

Este trabajo en el que nos enfocamos para realizar el análisis fue muestra de cómo las industrias en Latinoamérica en general van teniendo cierto desarrollo como empresas y ciertas dificultades tuvieron que enfrentarse para poder llegar al punto de considerarse como una industria moderna o un sistema de modernización

En este trabajo tuvimos la oportunidad de analizar sobre el tema de industrialización y modernización de las industrias con cada uno de los diferentes trabajos recolectados que todos se relacionaban con el tema de desarrollo de industrialización, pero al final como equipo al escoger el más completo en el sentido de que es muestra como un ejemplo del tema investigado por lo que este trabajo fue el más idóneo para poder hablar respecto a él

En cierto modo pudimos ver y analizar los puntos que se nos daban a conocer el paso del tiempo que a estas mismas les tomo llevar a cabo este proyecto que los haría trascender como empresa y con ello ser de los que tengan gran avance

**Conclusión Sherlyn Trinidad #47**

Esta Ada nos hay ayudado a entender como vamos avanzando con el tiempo, como el ser humano va creando herramientas para poder ayudarse a si mismo y que sean productivas, hacer el análisis ha ayudado mucho a mi comprensión lectora y también a poder entender acerca de este tema que trata sobre la evolución de la industria y servicios en diferentes países, claro que nunca antes había leído experiencias propias de como iba avanzado el país, además de las que he vivido, considero que hay que darle mucho mas importancia al tema ambiental ya que aunque pareciera fuera de lugar, la creación de industrias o servicios trae consigo tato consecuencias negativas como positivas, espero que esta era sea enfocada en el ambiente debido a que esta muy dañada.

Todos estos avances que ha tenido el ser humano es gracias a los pensamientos de cambiar y crecer, que para nosotros como estudiantes esto es algo que nos han inculcado, hasta podríamos ser nosotros los próximos en crear una empresa industrial, nosotros somo el futuro de México y eso es lo que más aprendí del libro del cual hicimos el análisis, que a pesar de antes no haber muchos inventos, el día de hoy ya contamos con las herramientas suficientes para poder desarrollar algunas, es cuestión de querer y de tener un gran ingenio y así poder ayudar a los demás.

**Conclusión Rosa Vera #49**

Bueno en esta actividad aprendí muchas cosas como lo son poner información en un repositorio hasta también conocer un poco mejor como la industrialización a hecho que las cosas mejores ya sea tanto de manera bueno como también de mala ya que como todos ya sabemos cuándo la industria crece la contaminación de estas aumenta.

Bueno en si en esta actividad como era leer un libro o u articulo uy hacer un análisis conocí muchas cosas acerca de cómo es que las telecomunicaciones fueron avanzando y como ayudaron y beneficiaron a las personas que las utiliza.

Conocí algunas de las ventajas que estas tienen además de que también ayuda a que las personas se puedan comunicar de una manera un poco más sencilla ya que ahora no tenemos que salir de nuestras casas para hacer transacciones.

En conclusión, en esta actividad aprendí muchas cosas que me serán de gran ayuda para un futuro ya que es información muy importante tanto para mi como para todas las personas

Link del repositorio

[**https://github.com/sherlyn2002/2019-2020-2-3ro-A-ADA2-**](https://github.com/sherlyn2002/2019-2020-2-3ro-A-ADA2-)

**PDF al que hicimos el análisis:** [**http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt\_eLAC\_meta\_13.pdf**](http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt_eLAC_meta_13.pdf)

Bibliografía

* [**https://github.com/sherlyn2002/2019-2020-2-3ro-A-ADA2-**](https://github.com/sherlyn2002/2019-2020-2-3ro-A-ADA2-)
* [**http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt\_eLAC\_meta\_13.pdf**](http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Gdt_eLAC_meta_13.pdf)
* [**https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.unido.org/sites/default/files/2015-12/EBOOK\_IDR2016\_OVERVIEW\_SPANISH\_0.pdf&ved=2ahUKEwiHkfbP\_JDpAhXSJt8KHTBrAkMQFjABegQIAxAB&usg=AOvVaw1f4QeapjW4TZO07tRAr9H\_**](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.unido.org/sites/default/files/2015-12/EBOOK_IDR2016_OVERVIEW_SPANISH_0.pdf&ved=2ahUKEwiHkfbP_JDpAhXSJt8KHTBrAkMQFjABegQIAxAB&usg=AOvVaw1f4QeapjW4TZO07tRAr9H_)
* [**https://repositorio.cepal.org/**](https://repositorio.cepal.org/)
* [**https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.unido.org/sites/default/files/2014-05/ISID-Brochure\_es-LowRes\_0.pdf&ved=2ahUKEwjbvfDijI7pAhVQPq0KHTDPByYQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw2nBQWPolrBU5WGPYRHwCR4**](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.unido.org/sites/default/files/2014-05/ISID-Brochure_es-LowRes_0.pdf&ved=2ahUKEwjbvfDijI7pAhVQPq0KHTDPByYQFjAAegQIAhAB&usg=AOvVaw2nBQWPolrBU5WGPYRHwCR4)
* <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28080109>
* [**https://github.com/**](https://github.com/)
* <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-evolucion-de-los-sectores-de-produccion/>
* <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-evolucion-de-los-sectores-de-produccion/>