

Taller de la comunicación objeto de estudio

Integrantes:

Evelyn Builes Cañaveral

José Manuel Monsalve Osorio

Emily Mangones Franco

Grupo 2

Objetivos:

- 1.Reconocer temas de estudio en comunicación
- 2.Identificar las temáticas de las sublíneas de investigación de la Facultad
- 3.Realizar búsquedas en bases de datos especializadas y repositorios de universidades.

Solución:

Artículo de revista #1

Nombre:

Aproximación al estado del arte sobre comunicación y educación en Colombia

Lo que cautiva a primera vista es claramente el nombre del artículo, puesto que se hace entender que vamos hablar de la comunicación y la educación en nuestro propio país. Sé que hablan conceptos más claros y nuestra perspectiva con este tema se va a ampliar.

De qué se trata la investigación: La investigación de este artículo es sobre el acercamiento a la producción académica de la relación entre comunicación y educación que se realizó en Colombia en el periodo comprendido entre 1991 y 2011. Se plantean las dificultades para precisar el lugar epistemológico en el que se ubica la educomunicación, sin embargo, se reconoce que es un campo que se ha construido más desde las prácticas sociales y apuestas ético políticas que desde apuestas teóricas.

Importancia del tema: La realización de este documento es fundamental en tanto permite ubicar el estado de la discusión en este campo de estudio en el país, teniendo en cuenta cómo se ha abordado el tema, cuáles son los puntos de foco, las inquietudes resueltas o por resolver y las tendencias. Ver como método de estudio la educomunicación.

La comunicación como objeto de estudio: Dado el interés por entender cómo se ha comprendido el objeto “comunicación-educación” en Colombia. Este trabajo hace parte de una investigación más grande sobre la relación de orden epistemológico que existe entre pedagogía y comunicología, más que entre educación y comunicación. Lo vemos reflejado en las ideas principales de la ficha documental y en las conclusiones.

“Como puede evidenciarse, la conceptualización y consolidación como campo científico aún es incipiente, hace falta claridad en la definición de los objetos de estudio, en los propósitos del campo científico, en últimas, sobre el lugar epistemológico en que se ubica la educomunicación”. (Pérez, 2018)

Metodología: La investigación es descrita como documental, puesto que en su elaboración se consultaron cincuenta y siete documentos, entre libros y artículos. Vale la pena aclarar que, si bien son publicaciones hechas en Colombia, sus autores no necesariamente lo son. El proceso se desarrolló bajo un enfoque hermenéutico.

Qué destaca de las conclusiones y recomendaciones: -Es académicamente posible y políticamente deseable que se considere la interrelación entre Comunicación y Educación como un nuevo campo de intervención social y de investigación científica en América Latina.

-En cuanto a la comprensión de la relación entre la educación y la comunicación, esta es asumida como campo profesional, y se enuncia que se constituye desde la articulación entre una y otra.

-En los documentos objeto de este estudio, aparece un sinnúmero de apartados en donde se menciona el lenguaje o los lenguajes, aludiendo a diferentes usos, en algunos casos, sin hacer distinciones.

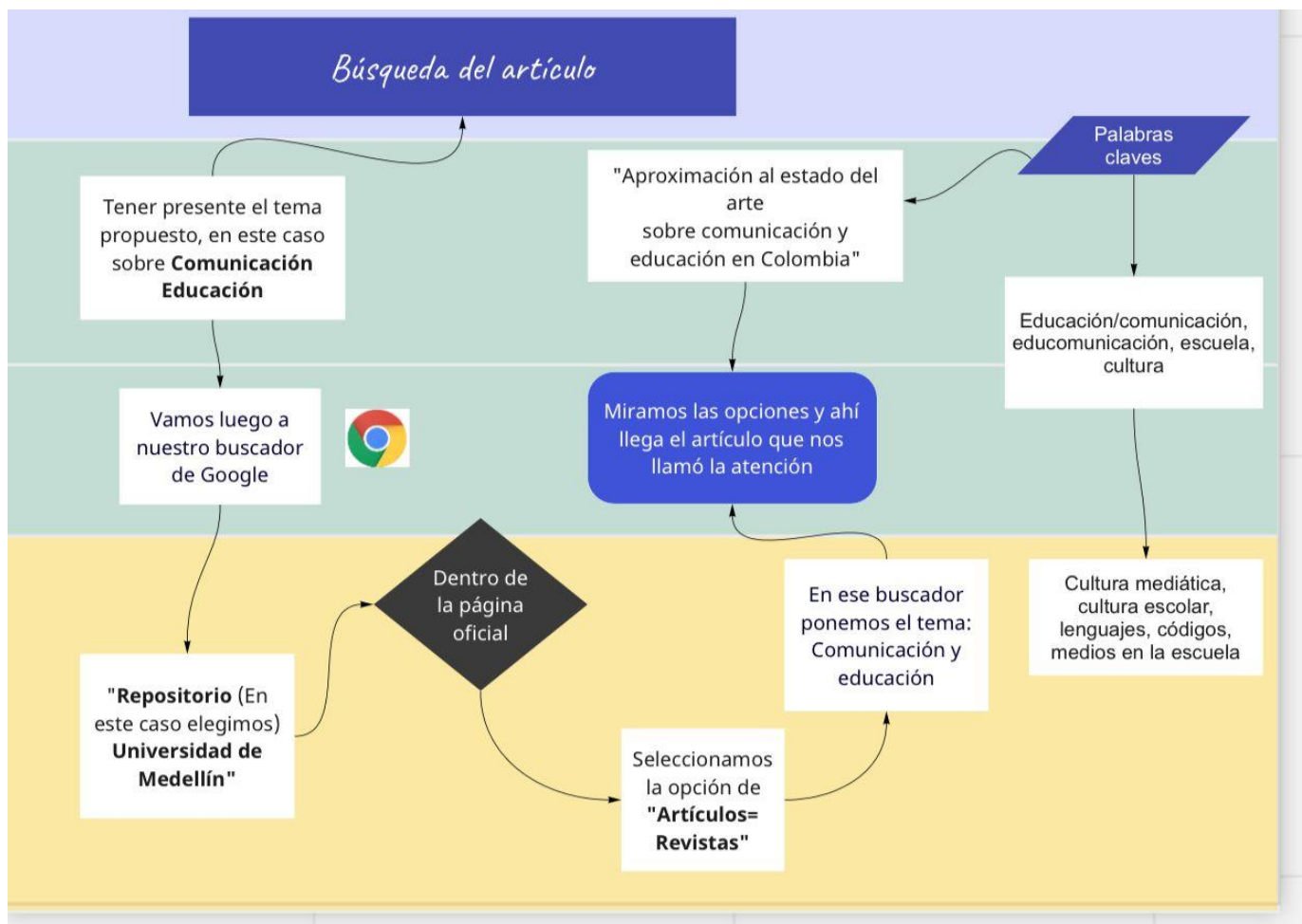
-La primera característica de la educomunicación como objeto socio-mediático es la confusión entre cultura y técnica.

Sublíneas de investigación de la Facultad de Comunicación de Luis Amigó: En mi punto de vista la sublíneas de este artículo podría ser:

Comunicación Educación Ciudad, puesto la investigación va dirigido al Estado de Colombia, incluye también de que la comunicación es hablar de una característica propia de la condición humana, no de la naturaleza en general, por lo tanto, el concepto de ecosistema aplicado a las relaciones sociales. En varios de ellos hay una preocupación por comprender el ejercicio de la ciudadanía o por generar nuevas formas de esta que impliquen cambios en las dinámicas culturales–comunicativas de la escuela. Educación ciudadana “entendida como la participación y expresión de la comunidad, y de innovación cultural que busca.

Comunicación educación y organizacional, ya que habla a cerca de la comunicación en las escuelas y como deben interactuar más con los medios a través de nuevos campos de experiencia como el arte y la cultura escrita y audiovisual y así mejorar actitudes como la creatividad y la literatura.

La escuela está dejando de ser el único lugar de legitimación del saber ya que hay una multiplicidad de saberes que circulan por otros canales, difusos y descentralizados. Esta diversificación y difusión por fuera de la escuela, es uno de los retos más fuertes que el mundo de la comunicación le plantea al sistema educativo, puesto que vivimos en un entorno de información.



TEMA:	Comunicación-Educación
UBICACIÓN:	Encontrada en un repositorio virtual de la Universidad de Medellín
TÍTULO/SUBTÍTULO	Aproximación al estado del arte sobre comunicación y educación en Colombia
TIPO DE DOCUMENTO	Artículo
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Universidad de Medellín 2018-02-28
AUTOR/AUTORES	Elsy Yamile Moreno Pérez
IDEAS PRINCIPALES	<p>-Mario Kaplún (1985) planteaba que la relación entre educación y comunicación tenía lugar desde tres posturas: a) educación que pone énfasis en los contenidos; b) educación que hace énfasis en los efectos y c) educación que pone énfasis en el proceso.</p> <p>-A partir de estas concepciones y las de otros autores como Jesús Martín-Barbero y Daniel Prieto Castillo, Pedro Gómez (1999) propone la relación entre comunicación y educación como un proceso de interrelación entre el sujeto y los medios.</p> <p>- Sobre la comunicación en la escuela o en el aula, son más escasos los desarrollos. Algunos trabajos se orientan hacia: a) la diferenciación de estilos lingüísticos y géneros discursivos entre docente y estudiante (Uribe y Hederich, 2007); b) el análisis sistemático del currículo en medio de las tensiones entre lo que los autores denominan cultura escolar y cultura mediática (Rodríguez, 2005) y c) la comunicación para la educación entendida como un esfuerzo en el sentido de escolarizar la comunicación o tecnificar la educación) Huerdo y Fernández, 1999).</p> <p>- Aquí se incluye la educación para la recepción, que tiene un tinte más politizado, pues busca pensar los medios y las industrias culturales como matrices que visibilizaban tanto actores como estrategias del poder social.</p> <p>- No sólo puede entenderse como un objeto constituido, sino principalmente como un objetivo a lograr; objetivo que conjuga deseo e interés crítico, que da sentido a las prácticas sociales y culturales.</p>

	- Resulta paradójico que para ingresar a la discusión sobre la relación entre educación y comunicación suele acudir al lugar de los medios de comunicación en la escuela y no a las dinámicas de comunicación en la misma.
PALABRAS CLAVES	Educación/comunicación, educomunicación, escuela, cultura, cultura mediática, cultura escolar, lenguajes, códigos, medios en la escuela
OBSERVACIONES:	Es un artículo que define antes de entrarse al tema como tal, muy bien los conceptos. Así que lectura no fue tediosa. Además, le da un buen punto a favor de la comunicación como objeto de estudio. Cita a muchos autores como referencia lo cual se hace entender y le da credibilidad. Le doy un 9/10
LÉXICO	Hibridación: desde el punto de vista de la teoría de los géneros literarios, el término híbrido se aplica a aquellos modelos literarios en los que se mezclan temas y formas pertenecientes a otros géneros distintos al conformado por esta mixtura. (Gallardo, 2015)

Trabajo de grado # 1

Nombre:

Ciberperiodismo Análisis de la variabilidad hipertextual en el cubrimiento de la segunda vuelta presidencial en los medios digitales de El Tiempo, Noticias Caracol y La FM

Claramente me llamó la atención de la palabra “Ciberperiodismo” y las industrias que conocemos y que la mayoría de la población consume. Además, es terreno de nuestro país; entonces pensé que es un trabajo que comprenderé mucho más y así fue.

De qué se trata esta investigación: En este trabajo se analiza la variabilidad hipertextual implementada por tres medios de comunicación tradicionales, migrados al ecosistema digital, durante el cubrimiento periodístico de la Segunda Vuelta Presidencial en Colombia, con el fin de obtener una aproximación acerca de cuáles son o han sido las principales transformaciones sufridas por los medios de comunicación tradicionales que han migrado hacia plataformas digitales tras las exigencias de una audiencia con necesidades de interacción, participación y constante actualización.

Importancia: Nos ayuda a comprender y analizar la inmediatez, interacción e hipertextualidad de los medios digitales, sumados a los nuevos roles de las personas y la constante aparición de más y mejores plataformas y dispositivos para consumo de información son algunos de los elementos que nos permiten comprender dicha metamorfosis de medios.

Como objeto de estudio: Puesto que este trabajo de grado se enfoca en análisis de los movimientos actuales que revocan en los medios. Algo que realmente está pasando y se debe investigar a profundidad este fenómeno de comunicación digital.

Metodología: Esta investigación, como dije anteriormente, es un análisis de estructura hipertextual. Que contiene una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa. Para llevar a cabo fueron seleccionados tres medios tradicionales migrados a la web desde canales de difusión diferentes, (Periódico El Tiempo, Noticias Caracol Televisión y Emisora La FM), con el fin de dar respuesta al siguiente interrogante: **¿De qué manera tres medios periodísticos tradicionales, migrados a internet desde canales distintos, hacen ciberperiodismo en Colombia?**

Conclusiones y recomendaciones: En el caso de Colombia, el acceso a internet se ha masificado; según (MinTIC, 2018) el 64.4% de los hogares colombianos cuenta con conexión a internet. Entre los principales consumos se destaca el acceso a redes sociales, envío o recepción de mensajes instantáneos, mensajes SMS, intercambio de imágenes o videos y visualización de videoclips (IMS Corporate, 2017).

Las facilidades tecnológicas favorecen una comunicación más ágil y participativa de los usuarios activos en las plataformas web. Esto se manifiesta con una acción y respuesta casi inmediata por parte del emisor y sus receptores; por lo tanto, el individuo recibe una retroalimentación que lo convierte en un receptor activo, donde es consciente del valor de las

opiniones que interactúan en torno a un mismo contenido y le otorga el reconocimiento de sus habilidades y capacidades de producir y compartir sus conocimientos a manera de información

Acerca de los medios que son mixtos, impresos y digitales: El Tiempo es el medio más importante de la Casa Editorial El Tiempo y según el Estudio General de Medios en 2016, tuvo aproximadamente 5 millones y medio de lectores en todas sus plataformas. (ACIM Colombia, 2016). Hoy la página web de El Tiempo cuenta con más de 20 secciones, ubicadas en un menú superior, que facilita la navegabilidad del usuario.

Por otro lado, al día de hoy, Noticias Caracol cuenta con servicios televisivos de agencias periodísticas como Reuters del Reino Unido y AP de Estados Unidos; además tiene alianzas con canales como Telemundo, CNN en español, entre otros canales de diferentes países de América Latina.

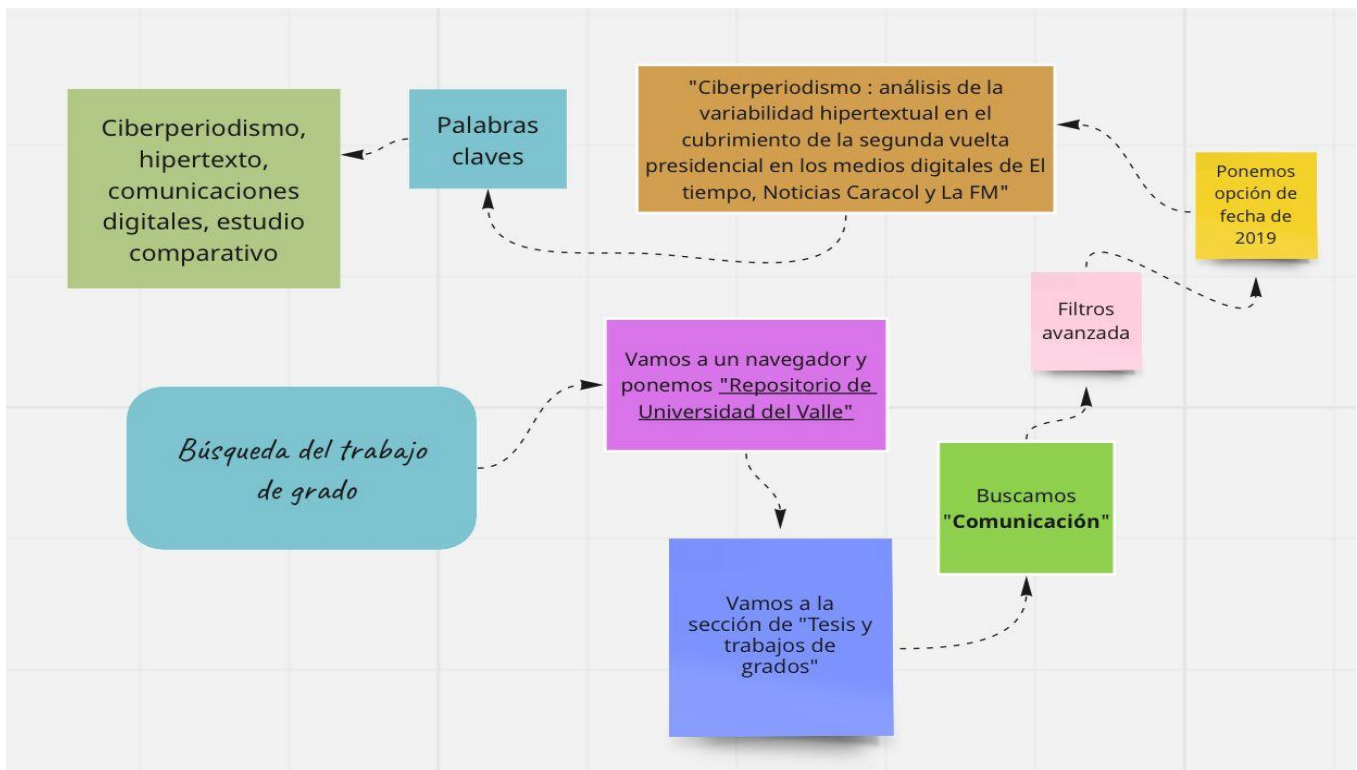
No olvidemos la página web contaba con acceso a la señal en vivo de la emisora; el usuario podía elegir qué frecuencia sintonizar –La FM, Antena 2, Cadena Básica o Rumba Stereo- y en una pestaña emergente podía escuchar la información de su interés en vivo, sin la necesidad de un radio y una antena.

Sublíneas de investigación de la Facultad de Comunicación de Luis Amigó: En este trabajo es más que evidente que es de la sublínea de Comunicación Educación Medios, puesto que su tema principal son los nativos digitales que son aquellos que se crean para vivir en el ámbito digital, y no han habitado en el universo analógico. Esto abarca la totalidad de medios y plataformas de contenido que surgen exclusivamente para la web.

Además de ese punto tan importante, está incluido la Comunicación Educación Organizacional, puesto que una parte del trabajo especifican, según Salaverría, el segundo ámbito que abarca la convergencia periodística tiene relación con las empresas y se le denomina concentración.

Las empresas periodísticas han desarrollado una tendencia hacia la diversificación, pues llevan a cabo procesos paralelos que dan como resultado la creación de grandes conglomerados empresariales que amplían su difusión hacia variados medios y plataformas y, extienden sus intereses hacia todos los procesos de producción, desde la creación hasta la distribución o comercialización.

Por último, una parte de Comunicación Educación Ciudad puesto que se plantea estos argumentos en nuestro país, como una ciudad comunicad. También se trata de temas de elecciones y noticias importantes del país en el trabajo reflejadas en estos medios dichos.



TEMA: De medios tradicionales al mundo cibernético.	
UBICACIÓN: Encontrado en una biblioteca digital de la Universidad del Valle	
TÍTULO/SUBTÍTULO	Ciberperiodismo Análisis de la variabilidad hipertextual en el cubrimiento de la segunda vuelta presidencial en los medios digitales de El Tiempo, Noticias Caracol y La FM
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Santiago de Cali Marzo 2019
AUTOR/AUTORES	Natalia Gutiérrez Eraso
IDEAS PRINCIPALES	<p>-El periodismo ha enfrentado cambios no solo en su presentación, sino también en su construcción al modificar el lenguaje y el estilo periodístico tradicional, provocando la aparición de un nuevo paradigma capaz de explicar lo que podía ser una nueva forma de ejercer la profesión: el ciberperiodismo.</p> <p>-Los teléfonos móviles son el tipo de dispositivo más extendido en el mundo; su constante innovación y actualización tecnológica lo convierte en integrador de teléfono, internet, música, vídeo, radio, TV, chats, entre otras tecnologías. Su éxito y acelerado nivel de aceptación radica no sólo en el número de usuarios, sino en el número de horas al día que se utiliza.</p> <p>-La irrupción de Internet, y la posterior masificación de uso han cambiado la forma de vida de gran parte del mundo desarrollado. Son muchas las razones de esta evolución, como los nuevos desarrollos tecnológicos, el mayor acceso a la red y la necesidad global de una mayor información.</p> <p>-La comunicación digital rompe con los paradigmas de un esquema lineal, convirtiendo la narración en multidireccional.</p> <p>-El ciberperiodismo establece una ruptura entre la linealidad y la unidireccionalidad entre emisores y receptores, propias del periodismo análogo. Lo anterior motiva a un nuevo comportamiento del receptor, que lo es en primera</p>

	<p>instancia, pero en virtud de la posibilidad de retroalimentación, transforma su rol o lo intercambia con el emisor en un proceso cíclico de interacción.</p> <p>-En Colombia, a pesar de la relevancia del consumo de medios en plataformas tradicionales como la prensa, la radio y la televisión, la convergencia tecnológica impone grandes retos a los medios y a los periodistas, es momento de la importancia de la integración de la audiencia en los proyectos editoriales online, del manejo provechoso de las redes sociales para interactuar con el usuario y de la producción de contenidos para plataformas móviles</p>
PALABRAS CLAVES	Ciberperiodismo, hipertexto, comunicaciones digitales, estudio comparativo
OBSERVACIONES:	Como es un tema de nuestra realidad, fue fácil notar esa diferencia y ese cambio de los medios tradicionales a este nuevo mundo, porque soy parte de éste. Así que lo comprendí bastante bien.
LÉXICO	Nodo: Cada uno de los puntos de un cuerpo vibrante que permanecen fijos. (Diccionario de Oxford Languages)

Trabajo de grado de la Universidad Católica Luis Amigo

Nombre: La influencia significativa que trae consigo el uso de una red social como Facebook en el desarrollo de una campaña política. Estudio de caso: Candidato a la alcaldía de Medellín 2015, Juan Carlos Vélez Uribe

Lo que llama la atención del trabajo es como empiezan las investigaciones sobre la influencia que está ocurriendo con las redes sociales y el como pasa a ser el principal medio para lograr un desarrollo en la comunicación. Además, lograr mostrarnos esta influencia con un análisis de un caso de candidatura que utiliza este método de comunicación e información.

De qué se trata la investigación: La investigación del trabajo de grado busca establecer el impacto en la utilización de una red social como Facebook y demostrar la influencia significativa que trae consigo el uso de una red social, mediante el desarrollo de una campaña política. A partir de un estudio sobre la campaña política del Centro Democrático para la Alcaldía de Medellín en cabeza de Juan Carlos Vélez Uribe para el periodo de junio a octubre de 2015.

Importancia del tema: La importancia del tema se refleja en sentido de que pretende revelar cuál es el impacto que genera la comunicación en las campañas políticas en Colombia a partir de una comunicación de información y utilización de la red social Facebook ya que se intenta evidenciar la función del comunicador en las campañas políticas además de abordar la influencia que puede lograr este comunicador con lo expresado por el autor de “la utilización de la americanización en la campaña.” Ya que

se ha repetido que los medios de comunicación generan dominio en algunas personas a la hora de tomar decisiones.

La comunicación como objeto de estudio: Esta investigación presenta la comunicación como objeto de estudio en el sentido de investigar la comunicación y las formas de comunicar causan una influencia en las decisiones de las personas en este caso en el momento de una idea, además de tener la relación de comunicación investigativa.

Metodología: Se intenta conocer la influencia que genera la red social Facebook en los habitantes de Medellín al momento de tomar la decisión de por quién votar, la investigación se enfocó en dos sentidos de comunicación (comunicación política y comunicación audiovisual) en donde se realizó un análisis de contenido y audiencia. El estudio se basó para el análisis de la comunicación y la influencia de la comunicación a través de la red social: sondeos de opinión, análisis de contenido y análisis de audiencia en la red social Facebook para analizar los efectos de los contenidos comunicacionales en el momento de votar. La investigación se diseñó con recolección de información, análisis y conclusiones.

Qué destaca de las conclusiones y recomendaciones:

Algo que se ve que da mucha importancia es el desplazamiento y la información rápida para poder dar análisis a los casos, ya que se quería conocer la influencia en las personas de Medellín y la manera de lograrlo era con la capacidad de obtención de esa información.

Los sondeos de información y de interés se presentan como una oportunidad de información y de conocimiento de la población de lo que se quería demostrar, además

de reconocer la influencia que si se da a partir de la comunicación de la campaña a través de la red social.

También se reitera la necesidad de que el comunicador esté presente en la campaña para lograr mostrar esa influencia y lograr captar lo necesario de la información del público y se recomienda que no sea solo el análisis de unos pocos, si no que “se debe de tener un equipo de personas para ayudar al candidato a mejorar su expresión y fluidez frente a la cámara, y con ellos eliminar problemas del habla manejo, espacio y hacer que tenga más empatía a la hora de dar su mensaje.”

Sublíneas de investigación de la Facultad de Comunicación de Luis Amigó:

En las sublíneas de investigación de investigación de la universidad de comunicación y educación, se podría reflejar en:

Comunicación, educación y medios: debido a que se refleja la utilización de nuevos medios de información y de comunicación para lograr la campaña y además de colocar un nuevo modelo “americanizado” para poder lograr una influencia en los pensamientos de los votantes.

Comunicación, educación y ciudad: debido a la muestra de fragmentación sociales debido a influencias de pensamiento e ideales a partir de la comunicación y de la información.



TEMA: Comunicación y educación	
UBICACIÓN: Base de datos universidad católica Luis Amigo	
TÍTULO/SUBTÍTULO	La influencia significativa que trae consigo el uso de una red social como Facebook en el desarrollo de una campaña política. Estudio de caso: Candidato a la alcaldía de Medellín 2015, Juan Carlos Vélez Uribe
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Universidad Católica Luis Amigo, facultad de comunicación, publicidad y diseño, programa de comunicación social Medellín – Colombia 2017
AUTOR/AUTORES	Víctor Alfonso Gómez Betancur
IDEAS PRINCIPALES	Se ha reiterado que los medios de comunicación generan dominio en algunas personas a la hora de tomar decisiones porque estos generan costumbres o modas que son seguidos por la difusión de los medios y apropiados por la masa. Medios de comunicación tales como: radio – televisión – prensa e internet, arrojan un conjunto de tendencias que influyen en la vida de las personas. La publicidad es un claro ejemplo de persuasión ya que busca a toda costa atraer al público.
PALABRAS CLAVES	Comunicación, medios, política, redes sociales.
OBSERVACIONES:	La lectura del documento es muy amena debido a que la temática de la investigación es sobre temas más actualizados sobre la comunicación, además presenta el sentido del papel del comunicador, la capacidad y desarrollo que debe de tener para poder captar la información. El documento es exacto a la hora de dar los resultados finales de la investigación
LÉXICO	Transdisciplinariedad: La transdisciplina es una escuela de pensamiento en la que se subraya la fusión de conocimiento situado dentro y fuera del ámbito académico. Es un modo de investigación científica enfocado al estudio sistemático de una totalidad organizada, con el involucramiento de los actores sociales. (Lancis -Inter-American Institute for Global Change Research) Labilidad: Cambio brusco en el estado de ánimo o el estado emocional (Mayo clinic)

Trabajo de grado #2

Nombre:

Twitter como herramienta de la movilización social en Colombia: caso del Paro Nacional del 21N

Lo que llama la atención del trabajo de investigación es como presentan una situación de problemática actual pero enfocado en el aporte de la comunicación y dando énfasis a los medios sociales y no los masivos de información y como también esa comunicación logro acoplarse a una movilización social que se produjo en Colombia.

De qué se trata la investigación: sobre el análisis de las redes sociales como Twitter con relación a los movimientos sociales, buscando conocer sus usos en las movilizaciones en el aporte de comunicación examinando el caso del Paro Nacional del 21 de noviembre de 2019 realizado en Colombia y movilizado en la red a través del hashtag #ParoNacional21Nov.

Importancia del tema: La importancia de tema de investigación se basa a partir de que la comunicación digital ha acercado más a los individuos con los medios informativos, esto ha dado como resultado que la forma de comunicación se genere en diferentes temas de opinión y de importancia. En la investigación se comprende como el ciudadano trasciende su condición convencional de ser principalmente receptor. Las redes sociales como Twitter se convierten en una de las principales plataformas de interacción de la población colombiana. En ella expresan, quejas, solicitudes, opiniones e inconformidades frente a las acciones gubernamentales y otros temas sociales; lo cual permite integrar los conceptos de democracia, participación, tecnología y comunicación en sentido de desarrollo social.

La comunicación como objeto de estudio: Esta investigación presenta la comunicación como objeto de estudio en el sentido de investigar la comunicación y las redes son el desarrollo de una

posibilidad interacción con el mundo dando así la forma de investigación de la comunicación como apoyo a la movilización social.

Metodología: La investigación se ha realizado a partir de un estudio de caso, usando como herramienta el Análisis de contenido, optando por dar ese análisis enfocándose en los tipos de usuarios, receptores y ámbitos en específicos según la comunicación, ideales, elecciones y percepción de la movilización social y como se enfoca en las opiniones de los usuarios.

Qué destaca de las conclusiones y recomendaciones: Su investigación puede dar a entender conceptos de cómo funciona el sentido de opinión de los usuarios y como existe la comunicación y la información de las movilizaciones sociales pero que además existe una gran manipulación de como pensar según los temas de importancia que se muestran en las redes.

Se encuentra que las figuras de poder político son altas generadoras de opinión en Twitter, sin embargo, esta red también ha permitido la emergencia de nuevas voces ciudadanas que pueden convertirse en nuevos modelos de opinión o nuevos centros de obtención de información sin tener que relacionarse con los medios masivos existentes.

Sublíneas de investigación de la Facultad de Comunicación de Luis Amigó:

En las Sublíneas de investigación de investigación de la universidad de comunicación y educación, se podría reflejar en:

Comunicación, educación y medios: debido a que se refleja la utilización de nuevos medios de información y de comunicación la movilización social y ayuda a la presencia de nuevos generadores de opinión a través de la red social.

Comunicación, educación y ciudad: debido a la muestra de fragmentación sociales debido a influencias de pensamiento e ideales a partir de las opiniones e ideales de los usuarios frente a la situación colombiana y de lo que ocurre.

Trabajo de grado de la universidad del valle

Nombre: Twitter como herramienta de la movilización social en Colombia: caso del Paro Nacional del 21N

Qué llama la atención de la investigación: Lo que llama la atención del trabajo de investigación es como presentan una situación de problemática actual pero enfocado en el aporte de la comunicación y dando énfasis a los medios sociales y no los masivos de información y como también esa comunicación logro acoplarse a una movilización social que se produjo en Colombia

De qué se trata la investigación: sobre el análisis de las redes sociales como Twitter con relación a los movimientos sociales, buscando conocer sus usos en las movilizaciones en el aporte de comunicación examinando el caso del Paro Nacional del 21 de noviembre de 2019 realizado en Colombia y movilizado en la red a través del hashtag #ParoNacional21Nov.

Importancia del tema: La importancia de tema de investigación se basa a partir de que la comunicación digital ha acercado más a los individuos con los medios informativos, esto ha dado como resultado que la forma de comunicación se genere en diferentes temas de opinión y de importancia. En la investigación se comprende como el ciudadano trasciende su condición convencional de ser principalmente receptor. Las redes sociales como Twitter se convierten en una de las principales plataformas de interacción de la población colombiana. En ella expresan, quejas, solicitudes, opiniones e inconformidades frente a las acciones gubernamentales y otros temas sociales; lo cual

permite integrar los conceptos de democracia, participación, tecnología y comunicación en sentido de desarrollo social.

La comunicación como objeto de estudio: Esta investigación presenta la comunicación como objeto de estudio en el sentido de investigar la comunicación y las redes son el desarrollo de una posibilidad interacción con el mundo dando así la forma de investigación de la comunicación como apoyo a la movilización social

Metodología: La investigación se ha realizado a partir de un estudio de caso, usando como herramienta el Análisis de contenido, optando por dar ese análisis enfocándose en los tipos de usuarios, receptores y ámbitos en específicos según la comunicación, ideales, elecciones y percepción de la movilización social y como se enfoca en las opiniones de los usuarios.

Qué destaca de las conclusiones y recomendaciones:

Su investigación puede dar a entender conceptos de cómo funciona el sentido de opinión de los usuarios y como existe la comunicación y la información de las movilizaciones sociales pero que además existe una gran manipulación de como pensar según los temas de importancia que se muestran en las redes.

Se encuentra que las figuras de poder político son altas generadoras de opinión en Twitter, sin embargo, esta red también ha permitido la emergencia de nuevas voces ciudadanas que pueden convertirse en nuevos modelos de opinión o nuevos centros de obtención de información sin tener que relacionarse con los medios masivos existentes.

Sublíneas de investigación de la Facultad de Comunicación de Luis Amigó:

En las Sublíneas de investigación de investigación de la universidad de comunicación y educación, se podría reflejar en:

Comunicación, educación y medios: debido a que se refleja la utilización de nuevos medios de información y de comunicación la movilización social y ayuda a la presencia de nuevos generadores de opinión a través de la red social

Comunicación, educación y ciudad: debido a la muestra de fragmentación sociales debido a influencias de pensamiento e ideales a partir de las opiniones e ideales de los usuarios frente a la situación colombiana y de lo que ocurre.



TEMA: Comunicación y educación	
UBICACIÓN: Base de datos universidad del valle	
TÍTULO/SUBTÍTULO	Twitter como herramienta de la movilización social en Colombia: caso del Paro Nacional del 21N
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Universidad del valle instituto de educación y pedagogía, estudios políticos y resolución de conflictos, Santiago de Cali 2020
AUTOR/AUTORES	Laura Isabel Alcázar España y Valentina Holguín Restrepo
IDEAS PRINCIPALES	El estudio de la comunicación y la política desde sus orígenes se ha centrado en el análisis de medios de comunicación masivos tradicionales, como la radio, la televisión y el periódico; es solo hasta la última década donde se empiezan a realizar investigaciones sobre los medios digitales como medios masivos, lo cuales permiten una comunicación bilateral entre el emisor y el receptor, característica fundamental para el desarrollo de este trabajo. En este texto se enmarca el análisis de las redes sociales como Twitter con relación a los movimientos sociales, buscando conocer sus usos en las movilizaciones
PALABRAS CLAVES	Twitter, movimientos sociales, Paro Nacional, #ParoNacional21Nov, movilización, redes sociales, política, comunicación, medios digitales, Colombia.
OBSERVACIONES:	La investigación procede a partir de una problemática muy latente en el país que los medios de comunicaciones masivos en ciertos términos tienen el control de la información, pero con este tipo de investigaciones se da la oportunidad de abrir nuevos horizontes de comunicación e informar sobre estos a partir de algo formal
LÉXICO	Paulatinamente: Que procede, obra o se produce despacio o lentamente. (RAE)

Trabajo de grado #3

Nombre:

Paradoja comunicativa: ¿Las redes sociales virtuales están incomunicando a la sociedad en lugar de fortalecerá la comunicación?

El planteamiento del trabajo de grado fue lo más atrayente, ya que sus conclusiones podrían llegar a tener tal relevancia que sea necesario conocer; En un siglo donde los adelantos tecnológicos y sus plataformas están en un crecimiento constante se requiere saber si funcionan como mejores herramientas para comunicarnos con los demás, o si por el contrario hay un retroceso en ello.

De que se trata la investigación: La tesis analiza la paradoja de “la incomunicación en la era de la comunicación” mediante dos puntos de vista, el primero es una entrevista a expertos del tema y el segundo es a través de una encuesta a usuarios de redes sociales. Ambos grupos daban sus posturas frente a las preguntas realizadas, teniendo tanto exaltaciones a las

cualidades de la comunicación digital, como su cobertura global e inmediatez, a la par de exhibir los impactos negativos de la misma en la sociedad.

Generando las comparaciones de los resultados por parte de los grupos se puede dar respuesta a las preguntas del marco analítico, que son un punto clave para culminar y sacar las conclusiones, dando paso a que los lectores se percaten de la contradicción que estamos padeciendo con el escenario comunicativo moderno, ajenos a las consecuencias de esta.

Importancia del tema: La importancia radica en que, debido al surgimiento de las plataformas virtuales, la información sobrepasó las barreras espacio-temporales y, por tanto, los puentes de interacción se amplificaron y lograron comunicara más gente sin importar su localización. Sin embargo, esto puede ser catalogado como virtuoso para algunos, pensando cómo se mejoró la comunicación, con la posibilidad de olvidar o dejar de lado ciertas complicaciones que se tenían décadas anteriores, por ejemplo, la rapidez de informar sobre algo, pero, para otros, se perdió la calidad y los vínculos humanos, esa comunicación interpersonal la viven solo a través de una pantalla.

Siendo esa la razón por la que se debe conocer mejor, por medio de una investigación, que tan cierto o no son los pensamientos que tienen en división a los que opinan respecto al tema, buscar esas bases para fundamentar las respuestas.

Como objeto de estudio: El trabajo de grado refleja una de las ideas dadas en ambos textos 'la comunicación no solo se reduce a los medios tradicionales o nuevos'. Comprender esto retomaría la concepción primaria de comunicación, esos lazos que unen a las personas. Y es que así como se busca que el objeto de estudio de la comunicación sea más amplio incluyendo esa interacción social general y no solo los medios para así lograr buenos puntos de partida, es aquello lo que quiere conseguir el trabajo, proponer que a pesar de la acogida tan grande de las plataformas de comunicación digitales no se debe inferiorizar el comunicarse con

otro cara a cara, la incomunicación abunda desde varios puntos de estas redes, ampliar la gama de opciones presenciales para hablar con alguien contribuye a la mejor interacción y comprensión de la sociedad.

Metodología: Para el trabajo de grado, Molina (2018) aplico la metodología mixta: cuantitativa y cualitativa, seleccionando a la par una estrategia de integración metodológica que fue la triangulación, esto con el propósito de abordar la cuestión que se planteó desde dos perspectivas 1. Los usuarios de las redes socio digitales; 2. Los expertos en comunicación y comunicación aplicada a nuevas tecnologías que también son usuarios. De esa manera se ofrece un panorama más completo del objeto de estudio.

Para el método cualitativo realizo una entrevista de 10 preguntas a seis expertos de la Universidad Nacional Autónoma de México, con el fin de exponer los puntos de vista desde el ámbito académico. Por otro lado, el aspecto cuantitativo se abordó desde la Escala Likert o Escala Sumativa, con el objetivo de obtener un panorama general de cómo los usuarios perciben el uso de las redes socio digitales y cómo se involucran con ellas.

Conclusiones y recomendaciones: Entre los puntos que más destaco se encuentra parte de análisis a las respuestas conseguidas con las preguntas de la metodología, y terminan siendo tan reales y comunes que es interesante como a pesar de no ser conclusiones de gran desconocimiento se ignoran como si lo fuesen. Hay muchos más puntos a los que se llegaron, pero son los siguientes los que cumplen con lo mencionado.

-El alcance que tienen las redes socio digitales se ha globalizado a tal grado que esta infinidad de interconexiones nos ha dado la falacia de un mundo totalmente intercomunicado.

-Lo sumergidos que nos vemos en las redes hace perder el sentido del tiempo, estando o no con una persona, y es el primer caso el cuestionable, como seguir conectados con las

personas de la virtualidad cuando podemos comunicarnos personalmente con quien tenemos a nuestro lado.

-Si bien es cierto que las redes sociales se caracterizan por su rapidez esta no se compara a la velocidad con la que se interactúa en persona, agregándole los malentendidos que se ahorra, se identifica más fácil el tono y la intención con la que nos hablan; un emoji, gifs, audio o videollamada, no pueden reemplazar totalmente la comunicación cara a cara.

Sublíneas de investigación: La sublínea con la que podría enmarcar este trabajo es 'comunicación educación y cibercultura' la razón es el tema que se investigó, el uso de las nuevas tecnologías como instrumento para la comunicación, llevando a que la sociedad se relacione más con lo virtual adquiriendo esta cultura de internet.



TEMA: Comunicación a través de las redes sociales	
UBICACIÓN: Formato virtual extraído del repositorio institucional de la Universidad Autónoma de México	
TÍTULO/SUBTÍTULO	PARADOJA COMUNICATIVA: ¿LAS REDES SOCIALES VIRTUALES ESTÁN INCOMUNICANDO A LA SOCIEDAD EN LUGAR DE FORTALECER A LA COMUNICACIÓN?
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de grado
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Santa Cruz Acatlán, Naucalpan, Estado de México 2018
AUTOR/AUTORES	<i>Mariana Molina Guerrero</i>
IDEAS PRINCIPALES	<p>-Se analiza lo contradictorio que llega a ser el manejo de la comunicación en las redes sociales mediante una entrevista a expertos en el tema y una encuesta a usuarios de redes socio digitales.</p> <p>-Gracias a las entrevistas con los usuarios de las redes socio digitales se podrá indagar sobre este tipo de factores que influyen en el momento de interactuar por medio de dichas plataformas.</p> <p>-El significado compartido que se puede formar al comunicarnos se pierde cuando cada persona hace su propio código por medios virtuales, imposibilitando la comprensión de demás personas, algo tan mínimo como quienes entablan conversaciones mayormente por emojis dificultan que los entiendan quienes utilizan más los mensajes de texto y no saben el simbolismo de cada dibujito.</p> <p>-Las informaciones son las ideas, y datos que componen el mensaje. El mismo está dirigido a aumentar la utilidad de la comunicación</p> <p>- Algo tan simple como presentarse cambió por completo: el anonimato de Internet permite a los usuarios decidir qué información mostrar y qué datos compartir con los demás. No es de otro mundo no querer mencionar ciertos datos privados, ni en persona se hace, pero el hecho de que hasta se pueda crear una apariencia falsa y/o jugar a ser alguien diferente es uno de los grandes riesgos.</p> <p>-La incomunicación se vuelve más normal, ya que esta es tapada por contenido de entretenimiento en cantidades tan absurdas que este tipo de cosas pasan muy desapercibido.</p>
PALABRAS CLAVES	Redes sociales virtuales, interacción, comunicación, información, incomunicación, relaciones sociales.

OBSERVACIONES:	La tesis me permitió informarme en términos más académicos y recopilatorios de diferentes posturas, es un tema que se piensa poco, se cree que hablar es comunicar, no se toma en cuenta lo profundo que es, no se trata solo de comentar algo superficialmente a otro, ni de interactuar físicamente con alguien, va más allá, es más complejo. El texto argumenta sobre lo importante de llevar una buena comunicación, cosa que poco a poco nos está quitando los medios digitales.
LÉXICO	<p>-Redes socio digitales: Concepto de comunidad a través de la creación de redes de usuarios que interactúan, dialogan y aportan comunicación y conocimiento.</p> <p>-Incomunicación: Es un fracaso de la comunicación que se da bajo el influjo de lo que considera dos factores básicos e interdependientes: la ambigüedad y la mala comprensión</p>

Artículo de revista #2

Nombre:

Gestión del conocimiento organizacional: un encuentro necesario entre plataformas digitales, comunicación, educación y cultura.

El tema del artículo fue lo que capto mi atención, el cómo se puede ver afectada una organización cuando esta solo se enfoca en implementar plataformas digitales que brindan el intercambio de información, pero, deja de lado la comunicación personal. Además, solo en la introducción ya se daba una de las ideas desarrolladas a lo largo del artículo, que es de mi interés; Como la comunicación pasa a ser fundamental para comprender el comportamiento de la organización y manejar buenas relaciones entre empleados.

De qué trata la investigación: El artículo se encarga de generar en el lector una reflexión frente al papel de la comunicación interna en las organizaciones, mencionando como a partir de esta se consigue alimentar las interacciones sociales, a la par de activar el empoderamiento de los empleados tras tener una buena gestión del conocimiento gracias a la incidencia de la comunicación en la cultura organizacional, esto con el fin de impactar de manera favorable a la organización.

Importancia del tema: Según los autores la importancia del tema consiste en como la comunicación es la base para un adecuado proceso educativo, tanto en la formación como capacitación de los empleados, y es este optimo aprendizaje continuo el que influye en la cultura organizacional, contribuyendo así al ambiente propicio para la gestión del conocimiento.

Todo lo anterior mencionado es fundamental en el desarrollo de actitudes básicas, tales como la participación y empoderamiento de las personas en la organización, trayendo incluso a colación como ello promueve la confianza entre los diferentes encargados de la organización

hacia los empleados, ya que la toma de decisiones termina siendo más una búsqueda de acuerdos en grupos de trabajo, donde no todo tiene que pasar por el filtro de las directivas.

- Logras identificar el tema dentro de la **comunicación como objeto de estudio**, de qué manera se ve la relación.

Como objeto de estudio: El intentar gestionar conocimientos centrándose en los componentes tecnológicos como vía principal es un punto en que se recae igualmente en el estudio de la comunicación. Darles prioridad a los medios y redes digitales, interiorizando un poco más el estudio de la comunicación interpersonal, ambos traen la reflexión de lo necesario que es reenfocar las prioridades o al menos no conducir el balance más de un lado que del otro, dándole nuevamente la importancia al componente humano.

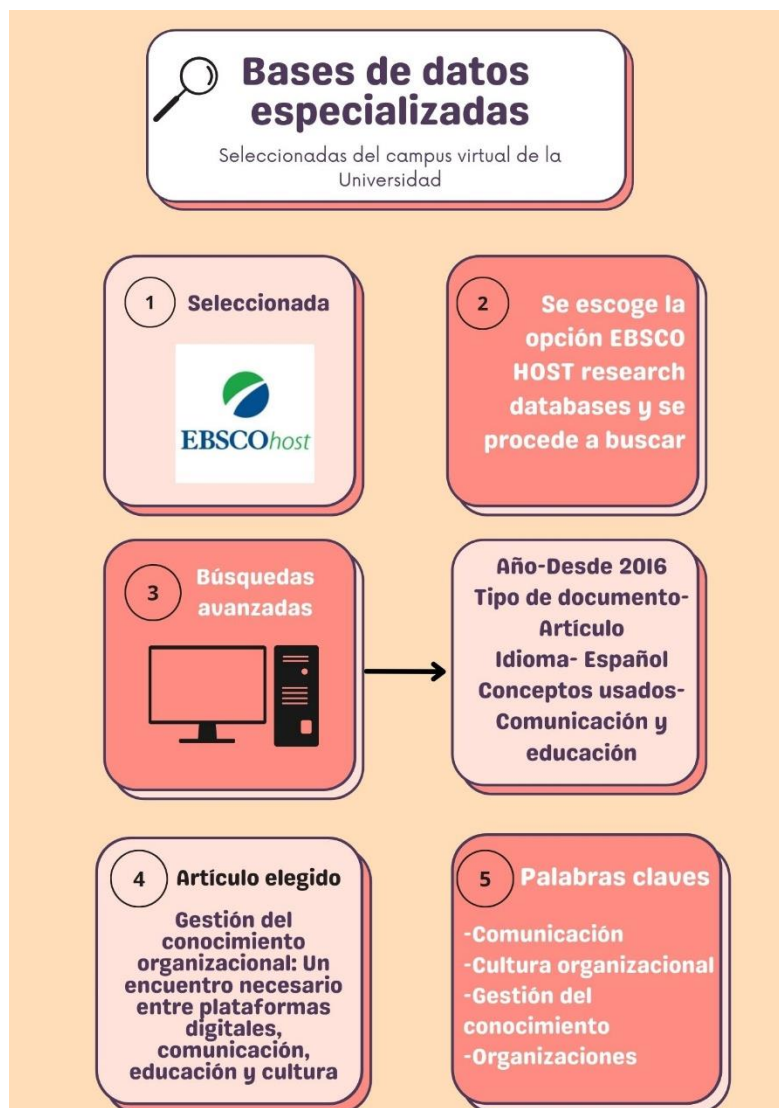
-Hay dos dimensiones entorno a los objetos de estudio de la Comunicología que se ven reflejados en el artículo, la expresión y la interacción. Constantemente se habló de la importancia que tenía la interacción entre los empleados y directivas encargadas de la empresa y como la comunicación optima promovía a la par una adecuada forma de expresión de los mismos, y no solo ello, sino que uno de los puntos a lo que quería llegar el texto era como esa buena comunicación traerá como fin la comprensión de lo que se hace en la organización.

Metodología: La forma en que se realizó el artículo fue mediante la recolección de información de diferentes trabajos, al mismo tiempo de ser un artículo derivado de un proyecto en el cual se analizaron los modelos de gestión del conocimiento de 20 grandes empresas (con más de 200 empleados) del Valle de Aburrá.

Conclusiones y recomendaciones: Lo más destacable de las conclusiones es como se enfocan en la importancia de la estrategia comunicacional para fortalecer la cultura de la organización, proponiendo la relevancia del componente social para la gestión del

conocimiento, con el fin de propiciar actitudes positivas ante lo que se contribuye organizacionalmente.

Sublíneas de investigación: El artículo puede verse enmarcado en las sublíneas 'comunicación, educación y organizaciones' y 'comunicación, educación y cibercultura' Por un lado, la forma como se organizan las empresas y de qué manera llevan a cabo su interacción grupal, teniendo en cuenta que esto va más allá de la mera institución. Por otro, se analiza como ese mismo componente de las nuevas tecnologías está influyendo en la cultura de la sociedad a tal nivel de pretender intercambiar algo tan necesario en ciertos sectores de las organizaciones por una máquina.



TEMA: Comunicación en organizaciones	
UBICACIÓN: Formato virtual encontrado en la base de datos especializada EBSCO host	
TÍTULO/SUBTÍTULO	Gestión del conocimiento organizacional: un encuentro necesario entre plataformas digitales, comunicación, educación y cultura
TIPO DE DOCUMENTO	Artículo
CIUDAD Y FECHA DE PUBLICACIÓN	Caldas- Colombia (2015)
AUTOR/AUTORES	<i>Doris Elena Muñoz Zapata y Juan Esteban Valencia Rey</i>
IDEAS PRINCIPALES	<p>-Plantear una visión complementaria, a partir de la comunicación interna como activadora de interacciones grupales, empoderamiento y valores apropiados en la cultura organizacional para el logro de los distintos niveles requeridos al gestionar conocimiento.</p> <p>-La importancia de la comunicación e interacción para la buena generación de cultura organizacional, usada para impartir las bases donde los empleados toman conocimiento y luego podrán desarrollar mejor sus habilidades contribuyendo así a la organización</p> <p>-Cómo influye en el empoderamiento, expresión de ideas del aprendizaje adquirido mediante un buen proceso de comunicación comprendido anteriormente, donde los jefes confían en sus grupos con proyectos</p> <p>-El papel de la comunicación pasa a ser fundamental para comprender el comportamiento y la cultura organizacional, con vistas a aumentar la fuerza competitiva de la empresa en un escenario de constantes cambios</p>
PALABRAS CLAVES	Comunicación interna, cultura organizacional, organizaciones, gestión de conocimiento, TIC.
OBSERVACIONES:	Este artículo me permitió conocer más sobre un tema que es de mi interés, debido a que curso también una materia sobre él, y me permite ampliar más lo que sé y cómo entenderlo mejor
LÉXICO	Gestión del conocimiento: se puede definir como el esfuerzo que hace una organización para adquirir, aumentar, organizar, distribuir y compartir el conocimiento entre todos los empleados

Referencias

- Alcázar España, L. I. (2020). *Twitter como herramienta de la movilización social en Colombia: caso del Paro Nacional del 21N*. Cali. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10893/18841>
- Betancur, V. A. (2017). *La influencia significativa que trae consigo el uso de una red social como Facebook en el desarrollo de una campaña política. Estudio de caso: Candidato a la alcaldía de Medellín 2015, Juan Carlos Vélez Uribe*. Medellín.
- Guerrero, M. M. (2018). *PARADOJA COMUNICATIVA: ¿LAS REDES SOCIALES VIRTUALES ESTÁN INCOMUNICANDO A LA SOCIEDAD EN LUGAR DE FORTALECER A LA COMUNICACIÓN?* Santa Cruz Acatlán.
- Gutiérrez Erazo, N. (2019). *Ciberperiodismo : análisis de la variabilidad hipertextual en el cubrimiento de la segunda vuelta presidencial en los medios digitales de El tiempo, Noticias Caracol y La FM*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10893/19356>
- Pérez, E. Y. (2018). *Aproximación al estado del arte sobre comunicación y educación en Colombia*. Medellín: Universidad de Medellín. Obtenido de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/2065>
- Rey, D. E. (2015). *Gestión del conocimiento organizacional: un encuentro necesario entre plataformas digitales, comunicación, educación y cultura*. Caldas.