



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

129
agosto-nov. 2015

Comunicación e integración desde el Sur



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS

CIESPAL, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

UCT/ UFRO, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN

FLACSO, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Edgar VEGA

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS

Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO

CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Elíseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cecilia PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE, España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Guillermo Maldonado

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuatoriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 **La Utopía de la Comunicación. Una mirada desde América Latina**
Francisco SIERRA CABALLERO

15 TRIBUNA

- 17 **Los lugares incómodos (o las deudas-desafíos de las carreras de Comunicación)**
María Cristina MATA

37 MONOGRÁFICO

Comunicación e Integración desde el Sur

- 39 **Introducción**
Carlos DEL VALLE ROJAS
- 41 **El país que no cabe. Políticas de acceso ciudadano a sistemas públicos audiovisuales en Sudamérica**
Daniela Inés MONJE
- 61 **La ilusión del cuarto poder en Kenia: de los medios convencionales a las redes sociales**
Sebastián RUIZ-CABRERA
- 77 **¿Hasta dónde alcanza la reforma constitucional en telecomunicaciones de México?**
Enrique de Jesús QUIBRERA MATIENZO
- 95 **Repensando las regulaciones de internet. Análisis de las tensiones políticas entre no-regular y re-regular la red-de-redes**
Ariel VERCELLI
- 113 **Celular de Guerrilha: usos subversivos da tecnologia móvel no Brasil**
Adriana BRAGA y Robert LOGAN
- 129 **Palabra de abundancia: saberes indígenas que fortalecen diálogos interculturales de derechos humanos en la Amazonia colombiana**
Alvaro Diego HERRERA ARANGO
- 147 **Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental**
Abraham Allec LONDOÑO PINEDA, Oscar Alonso VÉLEZ ROJAS y Cesar Alonso CARDONA CANO
- 165 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**
Michele DACAS y Simone Maria ROCHA
- 181 **Prácticas de activismo audiovisual con objetivo de integración social: el caso del colectivo Cine sin Autor (CsA)**
Ana María SEDEÑO VALDELLÓS

- 93 **Divulgação científica em La Propaganda Rural: antecedentes da formação prescritiva do discurso no Uruguai disciplinado**
 Phillipp DIAS GRIPP, Juan Francisco Xavier ALVEZ y
 Ada Cristina MACHADO SILVEIRA
- 113 **Produção televisual em rede e integração cultural latino-americana na TAL**
 Michele DACAS y Simone Maria ROCHA

211 ENSAYO

- 213 **O testemunho midiático como figura de historicidade: implicações teórico-metodológicas**
 Bruno SOUZA LEAL y Elton ANTUNES
- 229 **El consumo: forma de identificación socio-comunicativa hegemónica en el marco del capitalismo como religión**
 María Eugenia BOITO
- 249 **Elos entre a Folkcomunicação e o Funcionalismo**
 Iury PARENTE ARAGÃO
- 265 **De la columna a la información corta móvil: análisis de los géneros periodísticos en los j-blogs políticos de Brasil y España**
 Juliana COLUSSI RIBEIRO
- 285 **A percepção de jornalistas sobre as mudanças climáticas: um estudo inicial no jornal *Gazeta do Povo***
 Eloisa BELING LOOSE y Myrian Regina DEL VECCHIO DE LIMA

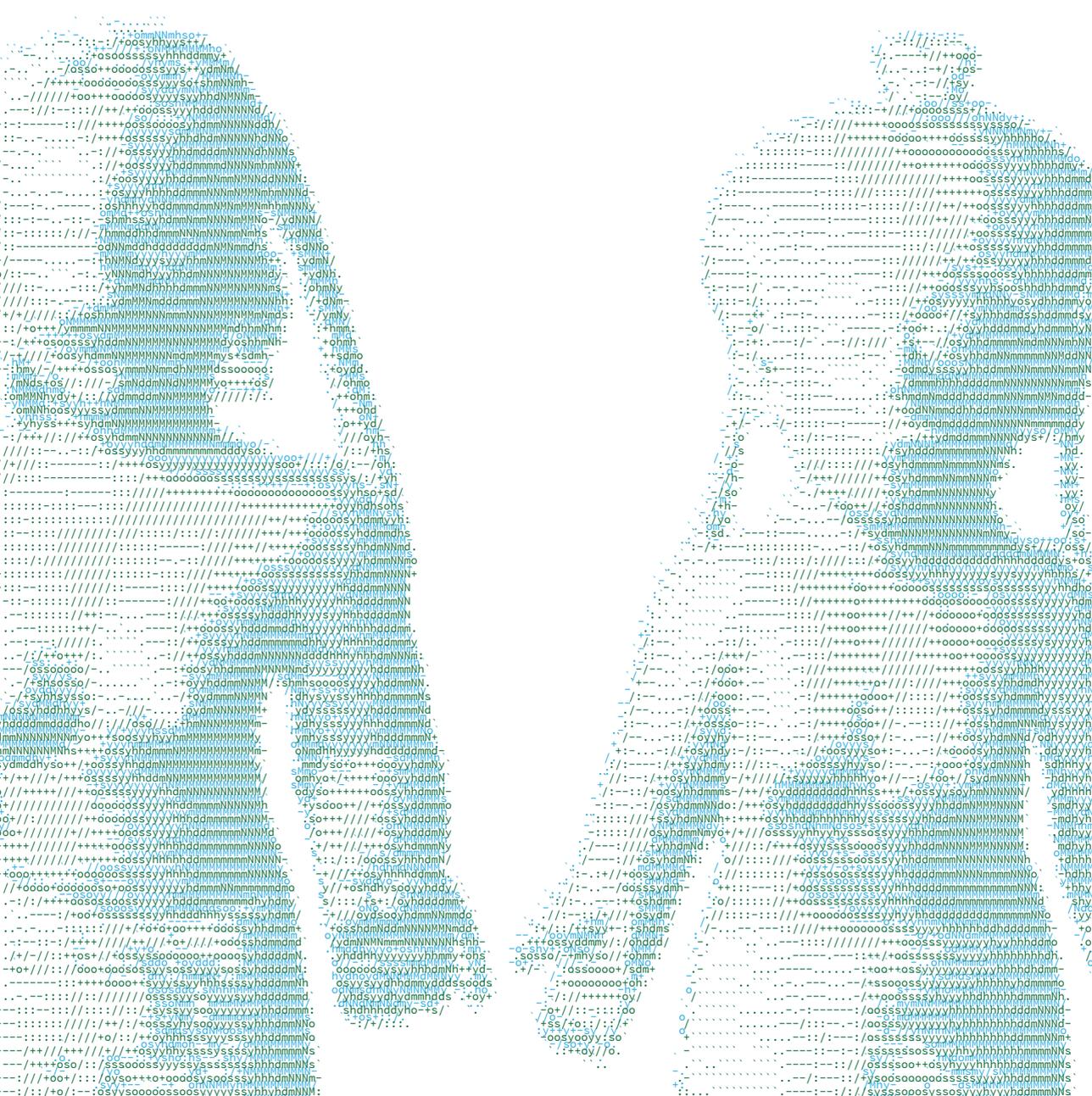
301 INFORME

- 303 **Irrupción simbólica en el movimiento social mapuche. Una panorámica de su producción audiovisual**
 Andrés PEREIRA COVARRUBIAS
- 325 **As narrativas colaborativas nos protestos de 2013 no Brasil: midiatização do ativismo, espalhamento e convergência**
 Maria Clara AQUINO BITTENCOURT
- 345 **Competencias y formación del periodista en Brasil: pensar a partir de nuevas metodologías de enseñanza**
 Ana Carolina KALUME MARANHÃO y Daniela FAVARO GARROSSINI
- 363 **Indicadores para análisis de las propuestas ciudadanas en presupuestos participativos. Hacia el derecho a la ciudad**
 Vicente BARRAGÁN ROBLES, José Manuel SANZ ALCÁNTARA y Rafael ROMERO
- 381 **Un enfoque del audiovisual etnográfico hacia el desarrollo y la inclusión social de los pueblos indígenas y afrodescendientes de Centroamérica**
 Luis BRUZÓN DELGADO

401 RESEÑAS

437 ÍNDICE DE AUTORES

Monográfico



Participación social en medios de comunicación alternativos y redes sociales: Elementos para la acción gubernamental

*Social participation in alternative media and social networks:
Elements for government action*

*A Participação social na mídia alternativa e as redes sociais:
elementos para a ação do governo.*

Abraham Allec LONDOÑO PINEDA
Oscar Alonso VÉLEZ ROJAS
Cesar Alonso CARDONA CANO

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 129, agosto - noviembre 2015 (Sección Monográfico, pp. 147-164)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido:03-08-2015 / Aprobado: 21-01-2016

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo el de conferir elementos para la acción gubernamental, a partir de la información registrada en aquellos centros de noticias online que permiten la participación social en sus procesos informativos y promueven su difusión en redes sociales. Para cumplir este propósito se identifican aquellas noticias que las personas comparten en redes sociales de forma masiva y se analizan los comentarios que estas expresan. Para su abordaje se emplea un estudio de caso aplicado a la prensa online de la ciudad de Medellín, Colombia, al que se le integran aspectos del método *netnográfico*. Los resultados esbozan algunos lineamientos útiles para complementar medidas de intervención política a escala local.

Palabras clave: participación social; medios de comunicación alternativos; centros de noticias online; redes sociales; acción gubernamental.

Abstract

This work aims to confer elements for government action, from the information recorded in online media centers that allows social participation in its information processes and promote its dissemination in social networks. To fulfill this purpose the news that people share on social networks massively are identified and comments expressed analyzed. For this work a case study approach is applied to the online newspaper media of Medellin, Colombia, which integrate aspects of the *netnographic* method. The results outlined provide useful guidelines to complement intervention policy at local level.

Keywords: Social Participation; alternative media; online news centers; social networks; government action.

Resumo

Este artigo tem como propósito de conferir elementos para a ação do governo, a partir da informação registrada nesses centros de notícias on-line que permitem a participação social nos processos de informação que promovam a sua divulgação nas redes sociais. Para cumprir este objetivo se identificam aquelas notícias que a sociedade compartilha nas redes sociais de forma massiva e se analisam os comentários que as pessoas expressam. Para sua abordagem se usa um estudo de caso aplicado à imprensa on-line da cidade de Medellín, na Colômbia, que irá a integrar os aspectos do método *netnográfico*. Os resultados delineiam algumas orientações úteis para complementar as medidas políticas de intervenção ao nível local.

Palavras-chave: participação social; mídia alternativa; centros de notícias online; redes sociais; ação do governo.

1. Introducción

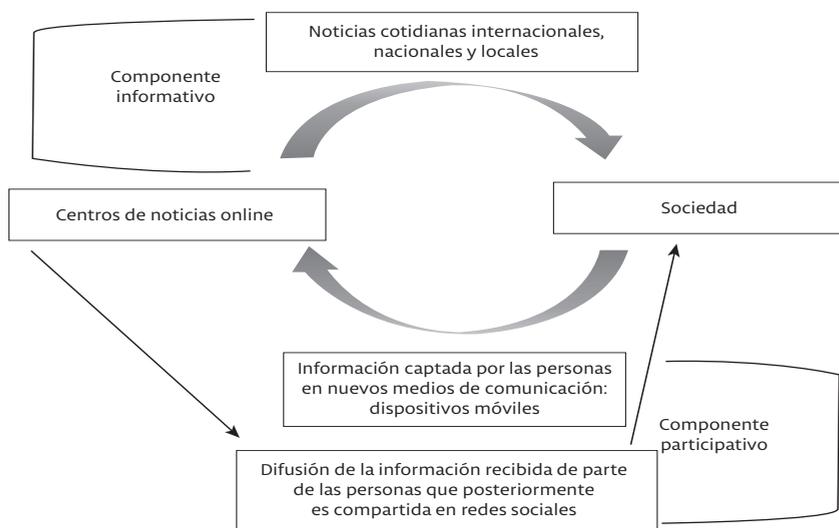
La aparición de los nuevos medios de comunicación, en especial internet, ha disparado el consumo de dispositivos móviles inteligentes, por lo que la conectividad se ha constituido en un importante elemento de la vida social (Brignall III & Van Valey, 2005; Jenkins, Purushotma, Clinton, Weigel, & Robison, 2006; Lee, Chen, Li, & Lin, 2015). Incluso se considera que su uso crece a tasas más rápidas que los demás medios de comunicación (Woo, Choi, Shin, & Lee, 2014, p.4).

Una de las características de los dispositivos móviles inteligentes es que pueden capturar imagen y video en tiempo real, lo que permite a cualquier ciudadano ser el centro y origen de la información (Deng, Lin, hao, & Wang, 2015, p.42). De esta forma, con la llegada de los nuevos medios de comunicación, las personas dejan de ser solo receptores para convertirse también en productores y transmisores de información (Salman, Ibrahim, Abdullah, Mustaffa & Mahbob, 2011, p.3).

El escenario descrito plantea nuevos retos a los medios de comunicación tradicional, de forma especial a la prensa impresa (Domingo & Heinonen, 2008). En algunos casos se ha llegado a afirmar que esta se enfrenta hoy a la peor crisis financiera desde la gran depresión de los años 1930, aunque esto no es necesariamente generalizable a todos los países. Por ejemplo, en Malasia los periódicos impresos han tenido un aumento en la circulación en comparación con hace dos décadas (Salman et al., 2011, p.3). En otros casos se muestra que el Internet y la introducción de dispositivos móviles afectan negativamente el uso de los consumidores sobre los medios impresos. (Woo et al., 2014, p.10). No obstante, lo común es que tanto los medios convencionales –como la prensa impresa– y los nuevos –como la prensa online– presenten una relación de complementariedad en lugar de ser sustitutos (Salman et al., 2011; Woo et al., 2014; Lee et al., 2015).

En la actualidad, muchos periódicos tradicionalmente impresos presentan también su edición online. Sin embargo, estos siguen siendo calificados por el público como convencionales debido a que –en muchos casos– se consideran influenciados por los gobiernos a través de diferentes mecanismos de control (Procopio & Procopio, 2007). Por este motivo, se plantea que la prensa online no goza de mayor aceptación social *per se*, sino que para generar una mayor credibilidad requiere del diseño de mecanismos que permitan una mayor participación social, distinto a lo que han hecho los medios de comunicación tradicionales.

En este sentido los centros de noticias online, de los que se ocupa este trabajo, se definen tanto como aquellos que informan a los usuarios, pero que también permiten su participación. En el primer caso cumplen con el servicio que debe prestar cualquier periódico, bien sea impreso u online: suministrar a la sociedad información oportuna y veraz. En el segundo, reciben información proveniente de las personas, la cual es difundida a la sociedad, y ésta última la comparte a través de las diferentes redes sociales como Twitter y Facebook.

Figura 1: representación de un centro de noticias online participativo

Fuente: elaboración propia

En la Figura 1 se ilustra un modelo alternativo de comunicación de doble vía que tiene una parte informativa y otra participativa. Esta última se da por medio de una serie de mecanismos que permiten la participación social en la emisión y recepción de información. Para que esto se dé se requiere del uso de dispositivos celulares móviles para el origen de la noticia y de una serie de redes sociales para difundirla.

Este trabajo pretende entregar elementos útiles para la acción gubernamental, a partir de la información registrada en aquellos centros de noticias online que permiten la participación social en sus procesos informativos y que promueven la difusión de los mismos en las redes sociales. Para ello se busca cumplir dos objetivos concretos: el primero consiste en identificar cuál o cuáles de las noticias en las que participa la sociedad como generadora de la información son las que más se comparten luego en las redes sociales; el segundo hace referencia al análisis de los comentarios que hacen las personas en aquella categoría más relevante. Su finalidad es la de conocer la forma como los usuarios reaccionan ante el tipo de información presentada. Lo anterior da un indicio de lo que podría ocurrir si los gobiernos no intervienen de forma oportuna y efectiva en las diferentes problemáticas que se gestan desde las redes sociales.

Para el desarrollo de este trabajo se emplea un estudio de caso aplicado a la ciudad de Medellín, Colombia. Su elección radica en el hecho de ser una

urbe latinoamericana que de forma reciente ha sido reconocida como ciudad innovadora¹ y, por tanto, requiere del desarrollo de medios de comunicación también innovadores que permitan la participación social en sus procesos de recepción y emisión de información. Además, por tratarse de una investigación que toma sus datos de lo que aparece almacenado en centros online de tipo participativo y en redes sociales, entonces, la metodología se articula a algunos elementos propios del método *netnográfico*².

En el marco teórico se presentan una serie de conceptos que contribuyen a la comprensión de los procesos de comunicación digital interactiva, tales como las características de la interactividad abordadas por Scolari (2008) y los aspectos claves de la comunicación centrada en el usuario activo de Jenkins (2009a), los cuales son aplicados a la metodología de esta investigación.

En la sección de discusiones se despliegan los pormenores de las noticias más compartidas por la sociedad y la forma como se expresan las personas ante tales sucesos. A partir de esta disertación se busca comprender más a fondo los significados de la información consignada en los centros de noticias online y en las redes sociales. Luego se explican los resultados, los cuales se desprenden del análisis de la información presentada en la sección referente a la metodología. Por último se muestran las conclusiones y las recomendaciones para futuros trabajos de este tipo.

2. Marco Teórico

El acto comunicativo es uno de los fenómenos que definen a la sociedad humana y caracteriza las dimensiones ética, política y estética en la esfera de la interacción y la dinámica comunitaria. Del presente de estos fenómenos se desprenden los modos en que los ciudadanos participan o toman decisiones, y más allá, la manera en que se instala el imaginario de la relación con el poder y la acción y reacción de los sujetos. Hoy la participación ha traspasado a los medios unidireccionales y se ha instalado en una serie de acciones de comunicación en las que los ciudadanos son protagonistas y generadores de tendencias.

La pregunta por el mundo digital desde la comunicación es atravesada por el lenguaje y en términos de lo audiovisual por la narrativa, para el caso la narrativa transmedia. El concepto de “transmedia” fue introducido por el profesor norteamericano Henry Jenkins, quien lo definió como una forma de narración que permite contar historias haciendo uso de diferentes soportes, plataformas y formatos. Esto definitivamente amplió el universo de la oferta comunicativa y

1 De 200 ciudades que postuló el Urban Land Institute en el año 2013, entre las cuales estaba Medellín. El proceso continuó con votaciones del público en internet; Medellín logró ubicarse entre las primeras 25 preseleccionadas, para posteriormente quedar entre las tres ciudades más innovadoras.

2 Método netnográfico o etnografía virtual es un método de investigación en la que se propone adaptar la etnografía a los problemas de la internet y las redes sociales.

de receptores. Las dinámicas han derivado en la autogeneración de contenido en manos de los consumidores y las estrategias de conexión y participación del público con los medios.

Estas tendencias, que en gran medida, se generan gracias a políticas públicas, desembocan en el hecho de que el proceso de la comunicación se digitalice, o sea, que se instalan en la web a través de diferentes plataformas, que en general, están orientadas a que los usuarios a la vez sean lectores y autores. En este ámbito no es suficiente la publicación. Los medios y las plataformas necesitan establecer los modos de participación de sus usuarios; no solo en la línea de la realimentación. Lo anterior tiene implicaciones temporales, por lo que la interactividad deberá ser sincrónica y asincrónica.

Gracias a lo anterior, herramientas como los foros, chats, correo electrónico, juegos en red, redes sociales, entre otros, se acercan al concepto de comunicación hipermediática; con un tipo de comunicación colaborativa, libre, cooperativa y descentralizada. El cúmulo de material dinámico y creciente se contiene en plataformas, medios y formatos digitales como los blog, los weblog, servicios o herramientas de Internet como Wikipedia, Twitter, Facebook, Instagram y otros.

Lo anterior muestra el creciente acceso y uso de internet pero, más allá, establece el contexto en el que la convergencia, la transmedia y la hipermediación aparecen abriendo canales de comunicación y participación ciudadana. Los medios han cambiado, y otros han aparecido obedeciendo al incremento en el acceso y posibilidades técnicas actuales. Los rasgos pertinentes de los nuevos medios definidos desde Scolari (2008, p.78), ofrecen un esbozo de las características propias de la interactividad y usabilidad de los mismos. Así, la transformación tecnológica se define en: digitalización, la configuración de muchos a muchos como reticularidad, la convergencia de medios y lenguajes como multimedialidad y la participación activa de los usuarios como interactividad.

Para Scolari (2008), el proceso de la comunicación digital interactiva determina la reconfiguración técnica alrededor de las convergencias digitales, los conceptos de Web 2.0 y Web 3.0 surgen del nuevo orden del fenómeno comunicativo con atributos fundamentales que estipulan la estructura del flujo de comunicación en múltiples vías.

Esta configuración contextual de usuarios y medios digitales opone la información masiva con construcciones dirigidas y segmentadas; y más aún, abre la posibilidad –no en todos los casos– de una interactividad dinámica en el que los *trend topics*³ se manifiestan gracias a la participación de los usuarios. Estas participaciones se construyen desde las subjetividades de los usuarios, algunas veces dirigidas por el medio y en otras completamente abiertas. En su mayoría son el reflejo y la suma del imaginario colectivo, la coyuntura del momento y las tendencias.

3 Tendencia o tema del momento.

La convergencia digital ha sido el *leitmotiv* de las empresas de medios durante los últimos años. Experiencias como las de grandes diarios internacionales y nacionales que manejan versiones impresas y digitales, los nuevos medios de comunicación digital, así como las de canales de televisión y algunas películas que buscan en la red un mayor acercamiento con sus espectadores, son el pan de cada día. Los canales colombianos de televisión, nacionales, regionales y locales, no han sido ajenos a estas dinámicas; por lo tanto, desde su saber y entender han desarrollado sus propias estrategias convergentes. Los medios se han puesto al día con los intereses de las nuevas audiencias, así como con los nuevos desarrollos tecnológicos y, con ello, se han sumergido en una intensa carrera por permanecer entre los gustos y afinidades de su público objetivo. Esta orientación consiste en la creación de espacios que buscan compartir contenidos, crear redes sociales, romper la linealidad de la programación y establecer nuevas dinámicas narrativas a partir de las propuestas de sus usuarios.

En este punto es necesario determinar el grado de uso y los elementos hipermediales de los medios digitales. Heter (citado por Scolari, 2008) establece seis dimensiones para la interactividad:

- Mayor número de opciones, los nuevos medios exigen una dinámica diferente por parte de sus usuarios.
- Mayor esfuerzo por parte de los usuarios, ante las múltiples opciones que existen el usuario debe invertir más tiempo y energía.
- Respuestas del sistema a los inputs del usuario, la máquina debe ofrecer respuestas rápidas a los usuarios.
- Control permanente del usuario/espectador, la interactividad genera una retroalimentación continua necesaria para medir la conducta de los usuarios.
- Facilidad para que el usuario genere informaciones, los medios digitales no diferencian entre emisor y receptor.
- Facilidad para la comunicación interpersonal, los nuevos sistemas promueven diferentes tipos de comunicación.

Autores como Scolari (2008) o Jenkins (2009b) definen el grado de convergencia de los contenidos y plataformas teniendo en cuenta lo anterior. Jenkins (2009a) en su blog sobre convergencia cultural, concreta los aspectos clave en una comunicación centrada en el usuario activo y *prosumidor*. El concepto *prosumer data* de 1980 de la mano de Alvin Toffler, quien acuñó el término para definir a los espectadores y usuarios quienes, dadas las posibilidades de los medios y plataformas, a la vez consumen y producen contenidos; algunas veces de manera colaborativa. Los siguientes son los aspectos clave tenidos en cuenta por Jenkins (2009b):

Expansión vs. Profundidad. La expansión para Jenkins se da cuando el usuario comparte un contenido propio o no con su red; debido a la posición del sujeto

en la comunidad, esta legitima el contenido compartido lo que aumenta su valor simbólico e imaginario, y gracias a su popularidad activa procesos de monetización. El volumen de movimiento de la publicación implica en sí misma que no es necesario adicionar información, hay una confianza implícita en el grupo virtual.

Continuidad vs. Multiplicidad. Normalmente la estructura base del texto se mantiene sin muchas variaciones en cada compartir y a través de diferentes medios y plataformas. Sin embargo es posible generar versiones alternativas que sean relativas al medio o plataforma en que se aloje. Para Jenkins es multiplicar los sentidos del texto escrito o audiovisual.

Inmersión / Extracción. Por lo regular el usuario se permea y sumerge en la historia para luego generar un contenido, que puede ser una réplica, una versión o un contenido nuevo. Lo ideal para Jenkins es que el usuario extraiga el contenido o algo de él y lo lleve a su vida cotidiana.

Construcción de mundos. Cada universo de comprensión y de experiencia humana es una plataforma, lo que implica una forma de relato distinta con mecanismos lingüísticos propios. La idea desde la transmedia es que se generen tantos universos digitales y reales como se pueda. Es una transposición de lo imaginario-real-imaginario de Armando Silva (2001).

Serialidad. Esta característica se da en la medida de la aparición de universos y relatos, que en un gran porcentaje no son ficciones y que se nutren de la participación e interacción de los usuarios gracias a su inmersión y extracción. La tendencia es a que los *prosumidores* llenen los espacios en blanco de la narrativa con nuevas informaciones u ópticas.

Subjetividad. De igual manera que el anterior esos espacios en blanco de una narración, de manera colaborativa, son llenados por la experiencia de vida del usuario; que desde sus anhelos, ilusiones y miedos hace comparaciones y contrastes con situaciones similares ya conocidas para él. Aquí nace el punto de vista del usuario y/o ciudadano.

A todo este contexto se suman posturas como la de Reilhac (citado en TED, 2011) que, intenta ir más allá del término convergencia y propone un concepto que para él es más colectivo y versátil, y que necesita de un usuario más activo y propositivo: la transmedia. En su trabajo establece la siguiente diferenciación:

- *Cross platform:* es la capacidad de la plataforma para que los contenidos se adapten a diferentes formatos sin perder sus características y componentes.
- *Crossmedia:* se refiere a la posibilidad de que el relato se cuente por partes a través de diferentes pantallas y plataformas.
- *Transmedia:* permite la promoción de contenidos y relatos utilizando otros materiales y formatos adicionales y complementarios, en algunas ocasiones permitiendo la construcción de nuevas historias o fenómenos alrededor de la narración inicial central. Es una suerte de *puzzle* en la que cada ficha cuenta una arista del tema, puede ser una unidad o comple-

mentar la globalidad del mensaje en las mismas o diferentes plataformas. Únicamente navegando a través de todas las fichas es posible establecer el universo completo.

La propuesta de Reilhac implica un usuario muy comprometido e interesado, y con mayores competencias digitales que lo igualen de alguna manera con los productores de contenidos. Aunque en un principio la tendencia de estas maneras de comunicación se orientó a la ficción, hoy en día giran en torno al hecho social en todos sus niveles y tipologías.

Este trabajo no es solo de interés para las personas y los centros de noticias online, pues los registros de la información y su difusión en las redes dan cuenta de diferentes asuntos que son valorados por la sociedad. Por este motivo, los gobiernos deben considerar el análisis de dicha información como relevante para complementar su accionar político.

Al respecto, algunos estudios revelan que los gobiernos han subutilizado la información y las herramientas disponibles en los medios de comunicación y en las redes sociales (Graham & Avery, 2013; Graham, Avery, & Park, 2015). En este sentido, los registros consignados en centros de noticias online y redes sociales podrían constituirse en un insumo útil y en una oportunidad de bajo costo, no para suplir, sino para complementar la actuación gubernamental.

Con la participación activa de las personas en la generación y difusión de información se da un importante paso para la solución de problemas sociales desde la acción colectiva (Innes, 2004; Kaplan & Haenlein, 2010; Gordon & Manosevitch, 2011). Sin embargo, cuando los gobiernos carecen de estrategias para hacer frente a los problemas sociales que se hacen latentes a través de las redes sociales se puede generar una sensación de no respuesta oportuna, lo que lleva a que actores sociales diferentes al gobierno intenten dar solución de tales problemáticas por su propia cuenta, lo que implica una amenaza a la gobernabilidad.

A continuación se hace una descripción detallada de la metodología empleada.

3. Metodología

3.1. Método como lineamiento general

Este trabajo se aborda por medio de un estudio de caso, el cual es útil para indagar por un fenómeno contemporáneo que se da en un contexto real, en especial, cuando las fronteras entre el fenómeno y el contexto no son claras o apenas incipientes (Yin, 2009, p.18).

En este caso el fenómeno contemporáneo lo representan los procesos de participación que se comienzan a gestar ante la aparición de los *new media*⁴,

4 Desde ciertas perspectivas, los nuevos medios son una reconstrucción de los medios tradicionales para responder a la revolución digital.

como la prensa online que tiene vínculos con las redes sociales. Por su parte, el contexto real se manifiesta en la forma en la que se empiezan a configurar nuevas formas de relacionamiento y comportamiento social.

La presente investigación se hace para la ciudad de Medellín, Colombia. Una ciudad latinoamericana que ha venido gestando una transformación social, al punto de haber sido galardonada como ciudad más innovadora. Por lo que se quiere indagar si dicha innovación ha llegado a otros ámbitos. En este caso al terreno de la participación social en un medio alternativo como lo es la prensa online.

Además de lo anterior, y por tratarse de una investigación relacionada con internet y las redes sociales, se realizan algunos procedimientos propios del método netnográfico como la identificación, categorización y tipificación de la información encontrada (Kozinets, 2010), la cual es descrita a continuación.

3.2. Método como procedimiento específico

El estudio de caso toma como punto de partida la prensa online legalmente constituida y que tenga circulación regular en la ciudad de Medellín. Al respecto, hay que decir que se identificaron siete periódicos con estas características, estos fueron: *El Colombiano*, *ADN*, *El Tiempo*, *El País*, *Minuto 30*, *Q'hubo* y *El Mundo*. A estos se les estableció como requisito que contaran con página web o que generaran contenidos en línea.

El siguiente criterio era el de comprobar que estos centros de noticias online permitieran la participación social en sus procesos informativos y promovieran su difusión en redes sociales. Para esto se definieron como punto de referencia las características propias de la interactividad y usabilidad abordadas por Scolari (2008): digitalización, reticularidad, multimedialidad e interactividad. La Tabla 1 muestra el cumplimiento o no de las características de la interactividad.

Tabla 1. Características de la interactividad

Nombre del periódico	Tipo de centro de noticias	Ciudad	País	Características de los new media (Scolari, 2008) Digitalización	Características de los new media (Scolari, 2008) Multimedialidad	Características de los new media (Scolari, 2008) Reticularidad	Características de los new media (Scolari, 2008) Interactividad
El Colombiano	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
ADN	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
El Tiempo	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
El País	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
Minuto 30	Online	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	Cumple	Cumple
Q'hubo	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple
El Mundo	Online - Impreso	Medellín	Colombia	Cumple	Cumple	No cumple	No cumple

Fuente: elaborado a partir de las características de interactividad de Scolari (2008).

Puede notarse que el único medio que cumple con todas las características es Minuto 30, ello se debe a que cuenta con una sección llamada “Denuncias ciudadanas”, y en ellas las personas envían videos y fotos de sucesos que capturaron con sus dispositivos móviles inteligentes. Posterior a esto, el diario publica la información y desde el segundo semestre de 2014 ha habilitado una opción para compartir la noticia con redes sociales como Twitter y Facebook; además desde esta misma época ha dejado de cobrar por la publicación de comentarios, lo cual ha disparado la serialidad, concepto abordado por Jenkins (2009a) que fue presentado en el marco teórico de este trabajo.

Una vez seleccionado el centro de noticias online, en este caso Minuto 30, se procede a examinar las noticias que las personas comparten, estas se encuentran visibles en el link denominado “Denuncias ciudadanas”, allí se almacenan todas las noticias que han enviado los usuarios desde que entró en funcionamiento dicha sección en este diario. Para este trabajo, el periodo comprendido para el análisis de la información es entre el 10 de diciembre de 2013 –fecha en que se tiene el primer registro de Denuncias ciudadanas– y el 30 de abril de 2015 –que corresponde al momento en que se realizó la búsqueda de la información–; lo que en total representa una base de 338 noticias. Estas a su vez se clasificaron en 21 categorías que se definieron de acuerdo a las palabras clave enunciadas en los titulares de las noticias y en la modalidad de las mismas.

Luego de definir la categoría de la noticia se procede a establecer cuál de ellas fue la más relevante para las personas. En este sentido debe recurrirse a los criterios de expansión y serialidad abordados por Jenkins (2009a). La expansión se asocia a la cantidad de veces que se comparte una noticia en redes sociales, mientras que la serialidad hace referencia al número de comentarios del que fue objeto. La tabla 2 ilustra la manera como se hizo la elección de la categoría.

Tabla 2. Selección de la categoría de noticia más relevante

Categorías identificadas	Expansión / Profundidad	Serialidad	Peso relativo expansión	Peso relativo serialidad	Total
Robos en general	2347	66	1173,5	33	1206,5
Extorsión y Fraude	1656	91	828	45,5	873,5
Zonas de delincuencia	5628	181	2814	90,5	2904,5
Agresión por parte de las autoridades	1240	140	620	70	690
Reporte, robo sin evidencia	7661	9935	3830,5	4967,5	8798
Reporte, robo con evidencia	765	40	382,5	20	402,5
Asesinatos	398	83	199	41,5	240,5
Problemas Ambientales	862	27	431	13,5	444,5
Desaparecidos	173	0	86,5	0	86,5
Falsos positivos	0	128	0	64	64
Daños al bien público	2596	11001	1298	5500,5	6798,5

Ladrones ajusticiados o capturados por la comunidad	31971	3604	15985,5	1802	17787,5
Ladrones capturados por la policía	9212	227	4606	113,5	4719,5
Imprudencias ciudadanas	15051	341	7525,5	170,5	7696
Búsqueda de delincuentes	1087	6769	543,5	3384,5	3928
Accidentes	7810	9353	3905	4676,5	8581,5
Petición de ayuda a la comunidad	0	3	0	1,5	1,5
Amenazas	5781	211	2890,5	105,5	2996
Abusos sexuales - violación	4618	138	2309	69	2378
Maltrato animal	171	122	85,5	61	146,5
Protestas y marchas	129	5048	64,5	2524	2588,5

Fuente: elaboración propia a partir de las características del *prosumidor* de Jenkins (2009a)

Para la elección de la categoría se estableció un peso equiproporcional para las características de expansión y de serialidad, el cual fue de 50% para cada uno. Al final se selecciona el resultado más alto para dicha ponderación que corresponde a la categoría de ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad.

Un procedimiento similar al anterior se lleva a cabo al momento de elegir la noticia más relevante para la categoría seleccionada. La Tabla 3 muestra una vez más las características de expansión y serialidad de Jenkins (2009a), pero esta vez vinculadas a las noticias pertenecientes a la clasificación de “ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad”.

Tabla 3. Selección de la noticia más relevante de la categoría de ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad.

AÑO	FECHA	Expansión	Serialidad	Peso relativo expansión	Peso relativo serialidad	Total
2014	jul-15	4	36	2	18	20
2014	ago-23	1	92	0,5	46	46,5
2014	sep-13	8	115	4	57,5	61,5
2014	sep-18	1	117	0,5	58,5	59
2014	oct-24	6	2	3	1	4
2014	oct-08	9	5	4,5	2,5	7
2014	oct-31	266	24	133	12	145
2014	nov-05	2534	50	1267	25	1292
2014	nov-07	2369	45	1184,5	22,5	1207
2014	nov-16	1482	63	741	31,5	772,5
2014	nov-19	1507	18	753,5	9	762,5
2014	nov-21	406	10	203	5	208
2014	nov-22	846	40	423	20	443
2014	nov-30	747	10	373,5	5	378,5
2014	dic-05	1828	63	914	31,5	945,5
2014	dic-05	1190	57	595	28,5	623,5

2014	dic-06	546	37	273	18,5	291,5
2014	dic-07	819	15	409,5	7,5	417
2014	dic-19	126	4	63	2	65
2014	dic-30	585	57	292,5	28,5	321
2015	ene-09	706	15	353	7,5	360,5
2015	ene-15	399	14	199,5	7	206,5
2015	ene-25	1116	20	558	10	568
2015	ene-26	325	21	162,5	10,5	173
2015	ene-29	423	8	211,5	4	215,5
2015	ene-29	461	30	230,5	15	245,5
2015	feb-01	569	26	284,5	13	297,5
2015	feb-02	953	13	476,5	6,5	483
2015	feb-02	2408	82	1204	41	1245
2015	feb-09	1229	26	614,5	13	627,5
2015	feb-20	892	22	446	11	457
2015	feb-22	578	15	289	7,5	296,5
2015	feb-24	868	14	434	7	441
2015	feb-28	327	4	163,5	2	165,5
2015	mar-12	831	40	415,5	20	435,5
2015	mar-12	668	37	334	18,5	352,5
2015	mar-20	230	5	115	2,5	117,5
2015	abr-06	368	7	184	3,5	187,5
2015	abr-08	541	25	270,5	12,5	283
2015	abr-24	664	14	332	7	339
2015	abr-30	1721	26	860,5	13	873,5

Fuente: elaboración propia a partir de las características del prosumidor de Jenkins (2009a)

Para la elección de la noticia se estableció un peso equiproporcional para las características de expansión y de serialidad, el cual fue de 50% para cada uno. Al final se selecciona el resultado más alto para dicha ponderación que corresponde a la noticia “lo capturan intentando cometer un asalto en La Floresta”, cuya fecha de emisión fue noviembre 5 de 2014.

Por último se hace un análisis de los tipos de comentarios que las personas realizan para esta noticia. Para ello se toma como punto de partida las características de inmersión, construcción de mundos y subjetividad propia del *prosumidor* desarrollados por Jenkins (2009b).

A partir del cruce de los resultados de la categoría y la noticia más relevante junto al análisis de los comentarios se da una mejor comprensión del fenómeno y se reconocen algunos elementos para la acción gubernamental.

4. Discusiones

Este trabajo no pretende generar representativa estadística del total de noticias ni de la categoría seleccionada, ya que por tratarse de un estudio de caso el criterio no es el de representatividad estadística, sino el de la relevancia del caso

(Yin, 2009). Y la relevancia la da la aplicación de las características de Scolari (2009) y Jenkins (2009b) a la elección del centro de noticias online, a la categoría de noticias y a la noticia específica. Se trata entonces de un estudio de caso del tipo *individual embeded* (Yin, 2009, p.18), en el que se aborda un caso individual con múltiples unidades de análisis.

La existencia de diarios como Minuto 30 da la posibilidad tanto de la participación social como la solución de problemas por medio de la acción colectiva, lo que no sustituye el obrar ni el poder gubernamental. Al contrario, lo complementa por medio de respuestas conjuntas o nodales (Fisher, 2010; Londoño, Vélez, & Rojas, 2015), en donde las redes ciudadanas se constituyen en un factor a considerar por parte de los gobiernos para un accionar más rápido, efectivo e incluyente.

La clasificación de las noticias en una serie de categorías permite conocer las prioridades de la sociedad, ya que las personas envían la información acerca de las problemáticas que pueden afectar a la mayoría y entienden que compartir la información a los centros de noticias online y a las redes sociales se convierte en una evidencia y en un insumo fundamental para una posterior solución de la misma.

De la misma manera, el hecho de analizar los comentarios de las categorías más relevantes para la sociedad contribuye al conocimiento de las opiniones y los imaginarios colectivos, a los cuales debe prestársele especial atención, puesto que de alguna manera dan cuenta de lo que la sociedad puede hacer si los gobiernos no intervienen dichas problemáticas, lo que por una parte puede ser percibido como un vacío de poder y, por otra, se puede constituir en una amenaza mayor para la democracia y la estabilidad política debido a que algunos grupos de la sociedad, incluso, podrían tomar la justicia por su propia cuenta, lo cual no es deseable para la sociedad ni para el balance de la gestión pública.

5. Resultados

De los 7 diarios identificados el único que cumple las condiciones de información y participación como las que se muestran en la Figura 1 es el centro de noticias online Minuto 30. Su diferenciación consiste en que da cumplimiento a dos de las características de interactividad que no cumplen los demás periódicos, estas son: la reticularidad y la interactividad misma. La explicación radica en que posee una sección denominada “Denuncias ciudadanas”, en ella se reciben los videos e imágenes que las personas captan en sus dispositivos móviles, luego los emite como noticia y, desde el segundo semestre de 2014 adicionó unos links que dan la posibilidad de compartir con importantes redes sociales: Twitter, Facebook y Youtube. También desde el periodo en mención permite que los usuarios coloquen comentarios en las noticias presentadas de forma gratuita.

Las noticias fueron clasificadas en 21 categorías según las palabras claves de sus encabezados y el tipo de noticia. La categoría más relevante fue la de “ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad”. La relevancia de estas se estableció a partir de la ponderación de dos características del *prosumidor*: expansión y serialidad. La primera indica cuál categoría se compartió más en redes sociales y la segunda representa la de mayor número de comentarios.

La selección de la noticia más relevante de la categoría “ladrones capturados por la comunidad” es el resultante del análisis de las características del *prosumidor*: expansión y serialidad, a las 66 noticias que conforman dicha categoría, cuya ponderación llevó a la selección de la noticia que presenta el siguiente titular “lo capturan intentando cometer un asalto en La Floresta”.

La noticia elegida se analizó bajo los criterios de inmersión, construcción de mundos y subjetividad, todos propuestos por Jenkins (2009a) para definir al *prosumidor*. Al respecto, vale decir que se detectaron 50 comentarios: 1 en la categoría inmersión, 16 en la de construcción de mundos y 33 en la de subjetividad. La inmersión tiene que ver con aquellos comentarios que se llevan a la vida cotidiana, la construcción del mundo con aquellas observaciones que dan cuenta del imaginario de la sociedad en qué se vive o que se espera para el futuro y las subjetividades son las opiniones sobre el suceso o la noticia concreta.

El análisis de los comentarios permitió generar otras ocho categorías que se presentan en la Tabla 4.

Tabla 4. Análisis de comentarios de la noticia seleccionada

Categorías de comentarios	Cantidad de comentarios	Porcentaje sobre el total
Incredulidad en el sistema penal	1	2
Incredulidad en la policía	6	12
Deseo de ajusticiar con lenguaje no soez	13	26
Deseo de ajusticiar con lenguaje soez	20	40
Contradicción en opiniones de forma respetuosa	3	6
Contradicción en opiniones de forma agresiva	1	2
Indignación por el ser humano	2	4
Jocosos	4	8
Total	50	100

Fuente: elaboración propia.

Debe destacarse que el 66% de los comentarios expresan abiertamente un deseo de ajusticiamiento a los delincuentes, el 40% con un lenguaje soez y el 26% con uno no soez. Esto es una forma indirecta de manifestar la poca credibilidad en las instituciones gubernamentales, la que es expresada directamente en el 14% de los comentarios, un 2% no confía en el sistema penal y un 12% en la policía. Es importante recalcar que esto no es generalizable a todas las noticias, puesto que se trata de un estudio de caso y solo se cumple con los criterios previamente definidos.

La metodología empleada se constituye en un insumo para analizar información generada en centros de noticias online y redes sociales que sirva como base para el accionar gubernamental. En la sección de las conclusiones se presentan algunas alternativas para que los gobiernos empleen dicha información como complemento a su accionar político.

6. Conclusiones

Este estudio de caso cumple con las condiciones del método: estudiar un fenómeno contemporáneo y real, además, permitir un primer acercamiento a la comprensión del mismo. De forma específica, en este trabajo se abordó lo relacionado con los centros de noticias online que no solo informan, sino que promueven la participación social y dan cumplimiento a características de usabilidad como la digitalización, reticularidad, multimedialidad e interactividad.

Las tres categorías de mayor relevancia (exposición y reticularidad), es decir, las más compartidas y comentadas por las personas en su orden fueron: “ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad”; “reporte de robo sin evidencia y accidentes” (Ver Tabla 2). Lo que refleja que uno de los problemas que más aquejan y preocupan a las personas es el de la seguridad, por lo que este tipo de valoraciones sociales deben ser consideradas como prioritarias en la agenda del gobierno local de la ciudad de Medellín.

La noticia más relevante, esto es, la más compartida y comentada por las personas fue “lo capturan intentando cometer un asalto en La Floresta”, la cual hace parte de la categoría “ladrones ajusticiados y capturados por la comunidad”. Si bien en esta categoría muchas de las noticias son consideradas como relevantes, la noticia elegida tuvo un puntaje mayor debido a que el suceso se cometió en inmediaciones a un jardín infantil y, en el mundo de hoy, los hechos que afecten a los niños son tratados con especial indignación, pues se les considera un grupo poblacional muy vulnerable y que por tanto merece especial cuidado.

En la noticia seleccionada se expresa un deseo de las personas por ajusticiar a los ladrones, esto es producto de una falta de credibilidad en las instituciones judiciales y policivas; pues ante el déficit de centros de reclusión, el hacinamiento de los ya existentes y el temor que tienen las personas de hacer las denuncias por posibles retaliaciones, muchos consideran que lo adecuado es tomarse la justicia por cuenta propia.

Los resultantes del análisis de las noticias pueden dar una idea a las autoridades gubernamentales y a una institución como la policía de los lugares donde se presentan más atracos, el modo de operar de los ladrones y la reacción de la comunidad ante los sucesos delictivos, por lo que esta información se puede constituir en un insumo para un accionar más efectivo en materia de seguridad. Sin embargo, se recomienda para futuros trabajos realizar estudios representativos o que consideren un mayor grupo de noticias y de comentarios; ya que esta

pesquisa solo quería dar a conocer el fenómeno de una forma incipiente. De esta forma se tendría una comprensión más completa de las prioridades sociales que se gestan en la redes.

Se recomienda que diferentes entes gubernamentales del ámbito municipal articulen sus plataformas virtuales a los centros de noticias online, asignen personal al análisis de dicha información y la integren como material para complementar su accionar político. Así se estaría dando un primer paso para la solución de problemáticas sociales mediante la acción colectiva.

Referencias bibliográficas

- Brignall III, T. W., & Van Valey, T. (2005). The impact of internet communications on social interaction. *Sociological Spectrum*, 25(3), 335-348.
- Deng, Z., Lin, Y., Zhao, M., & Wang, S. (2015). Collaborative planning in the new media age: The Dafo Temple controversy, China. *Cities*, 45, 41-50.
- Domingo, D., & Heinonen, A. (2008). Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries. *Nordicom Review*, 29(1), 3-15.
- Fisher, J. (2010). *El hombre y la técnica. Hacia una filosofía política de la ciencia y la tecnología*. México: UNAM.
- Gordon, E., & Manosevitch, E. (2011). Augmented deliberation: Merging physical and virtual interaction to engage communities in urban planning. *New Media & Society*, 13(1), 75-95.
- Graham, M., & Avery, E. (2013). Government public relations and social media: An analysis of the perceptions and trends of social media use at the local government level. *Public Relations Journal*, 7, 1-21.
- Graham, M., Avery, E. J., & Park, S. (2015). The role of social media in local government crisis communications. *Public Relations Review*, 41, 386-394.
- Innes, J. (2004). Consensus building: Clarifications for the critics. *Planning Theory*, 3(1), 5-20.
- Jenkins, H. (2009a). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. (Diciembre 21) Recuperado de http://www.convergenceculture.org/weblog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.php
- Jenkins, H. (2009b). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Nueva York: University Press.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A. J. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT MediaLab.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kozinets, R. (2010). *Netnography: doing ethnography research online*. Londres: Sage.
- Lee, L., Chen, D.-T., Li, J.-Y., & Lin, T.-B. (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, 84e93.

- Londoño, A., Vélez, O. & Rojas, D. (2015). Evaluación del grado de preparación para asumir el reto de la internacionalización de las pymes desde un enfoque integrador de las capacidades dinámicas y la gestión del conocimiento. *Espacios*, 36(7), 16.
- Procopio, C. H., & Procopio, S. T. (2007). Do you know what it means to miss New Orleans? Internet communication, geographic community, and social capital in crisis. *Journal of Applied Communication Research*, 35(1), 67-87.
- Salman, A., Ibrahim, F., Abdullah, M. Y. H., Mustafa, N., & Mahbob, M. H. (2011). The impact of new media on traditional mainstream mass media. *Innovation Journal*, 16(3), [7].
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Silva, A. (2001). *Imaginários urbanos*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- TED. (2011). Twice upon a time. (Octubre 24). Recuperado de <http://tedxtalks.ted.com/video/TEDxTransmedia-2011-Michel-Reil>
- Woo, J., Choi, J. Y., Shin, J., & Lee, J. (2014). The effect of new media on consumer media usage: An empirical Study In South Korea. *Technological Forecasting & Social Change*, 89, 3-11.
- Yin, R. (2009). *Case Study Research: Design and Methods*. (4a ed.). Londres: Sage.