

Sumario

Introducción	11
1 Hipermediatización: Prácticas performativas, constelaciones mediáticas e I-identidad hipermedial,	
<i>por Jorge Alberto Hidalgo Toledo</i>	15
Resumen	15
Introducción	16
Marco teórico: <i>La hipermediatización de la cultura, la sociedad y la existencia</i>	16
Consumo mediático y construcción de la identidad	18
La economía del panóptico.....	20
Conclusiones: <i>El consumo cultural y las constelaciones mediáticas</i>	21
Bibliografía.....	22
2. Comunicación digital, redes artísticas y política,	
<i>por Bianca Racioppe</i>	23
Resumen	23
Introducción	24
Una aproximación metodológica	26
El arte y los mestizajes de los que estamos hechos	29
Nuevos sensoria para viejos problemas: <i>internet como espacio de un arte vinculado a la vida</i>	32
Conclusiones	35
Bibliografía.....	36
Páginas web consultadas	38

3. La interactividad como un factor clave para la fidelización de las audiencias. Una aproximación al contexto colombiano, <i>por Karen Pinto Garzón; Daniel Barredo Ibáñez,</i> <i>Carlos Arcila Calderón, Abel Suing.....</i>	39
<i>Resumen</i>	39
<i>Introducción</i>	40
<i>Desarrollo</i>	41
<i>La convergencia de los medios y los tipos de interactividad</i>	41
<i>La interactividad como factor estructural del ciberperiodismo.</i>	
<i>Una aproximación al contexto colombiano.....</i>	44
<i>Conclusiones</i>	46
<i>Bibliografía.....</i>	48
4. Televisión Pública Digital Interactiva —el caso innovador del Proyecto Brasil 4D para población de baja renta, por Cosette Castro	
<i>Resumen.....</i>	51
<i>Introducción</i>	52
<i>El Proyecto Brasil 4D y la Falta de Políticas de Comunicación para la Población de Baja Renta.....</i>	54
<i>Diferencia entre los Proyectos.....</i>	59
<i>Conclusiones</i>	64
<i>Referencias Bibliográficas</i>	65
5. Circulação de conteúdos em portais e aplicativos: um estudo de caso de rádio expandido no Rio de Janeiro, <i>por Luã Chagas; Luana Viana.....</i>	67
<i>Resumo</i>	67
<i>Introdução</i>	67
<i>A ocupação de novos espaços</i>	69
<i>Conclusões</i>	78
<i>Referências Bibliográficas</i>	79
6. Análisis del perfil y comportamiento de los usuarios de la página WEB de una universidad pública: caso UANL, México, <i>por Norma Leticia Serna Saucedo; Jorge Arturo Peña Martínez;</i> <i>Rubén Humberto González Aguilera; Janet García González</i>	
<i>Resumen</i>	81
<i>Introducción</i>	82

<i>Teoría de Usos y Gratificaciones</i>	82
1. <i>El Portal Web de la UANL</i>	84
2. <i>Metodología</i>	84
3. <i>Resultados</i>	85
4. <i>Conclusiones</i>	91
<i>Bibliografía</i>	93
7. El uso de las redes sociales para la gestión del conocimiento, <i>por Magda García-Quintanilla; Sergio Gpe. Torres Flores;</i> <i>Josué Isaiás Díaz Rodríguez</i>	
<i>Resumen</i>	95
<i>Introducción</i>	96
<i>El tránsito de las redes sociales a las redes de conocimiento</i>	97
<i>Implicaciones de la teoría de la complejidad para la Educación</i> <i>y la Innovación</i>	99
<i>El contexto y declaración del problema</i>	100
<i>Metodología</i>	101
<i>Presentación de resultados parciales</i>	102
<i>Conclusiones Parciales</i>	105
<i>Referencias</i>	106
8. Información preferida en Facebook entre estudiantes universitarios del Sureste mexicano. Una aproximación, <i>por Rocío L. Cortés Campos</i>	107
<i>Resumen</i>	107
<i>Introducción</i>	108
1. <i>Redes Sociales Virtuales y estudiantes universitarios</i> <i>en la Sociedad de la Información</i>	108
2. <i>Método empleado y procedimiento</i>	110
3. <i>Exposición de resultados: información preferida</i> <i>por los estudiantes</i>	111
4. <i>Consideraciones finales</i>	114
<i>Bibliografía</i>	116
9. Ludificação e compartilhamento como ferramenta para a sociabilidade: o caso do Waze, por Rafaela Elaine Barbosa; Maria José Baldessar	119
<i>Resumo</i>	119
<i>Introdução</i>	120
<i>O Waze em detalhes</i>	121

<i>A Pesquisa</i>	127
<i>Resultados da Pesquisa</i>	128
<i>Conclusão</i>	132
<i>Referências</i>	134
10. O tensionamento da midiatização e da convergência no âmbito universitário: análise das matrizes curriculares dos cursos de jornalismo, por Bárbara Maia	137
<i>Resumo</i>	137
<i>Introdução</i>	137
<i>Objeto empírico</i>	140
<i>Análise do objeto</i>	140
<i>Resultados</i>	142
<i>Considerações Finais</i>	144
<i>Referências Bibliográficas</i>	145
11. O Rádio Jovem em Redes Sociais: compreendendo as estratégias de posicionamento das emissoras em Belo Horizonte, por Debora Cristina Lopez; Matheus Maritan	147
<i>Resumo</i>	147
<i>Introdução</i>	147
<i>O novo rádio jovem e a expansão para redes sociais</i>	150
<i>Conclusões</i>	155
<i>Referências</i>	157
12. Estudio sobre el sentimiento de eficacia política y creación de capital social en los jóvenes universitarios mexicanos en el contexto de las elecciones legislativas del 2015, por Daniel J. de la Garza; Abraham A. Hernández; Daniel Barredo Ibáñez	159
<i>Resumen</i>	159
<i>Introducción. Participación política y medios sociales: Una nueva forma de implicación ciudadana</i>	160
<i>El ciudadano ante los poderes públicos: Desafección o eficacia política</i>	162

<i>Capital Social: Acciones colectivas derivadas de iniciativas en medios sociales.</i>	166
<i>Objetivo, hipótesis y pregunta de investigación.</i>	168
<i>Metodología</i>	168
<i>Resultados de los grupos focalizados</i>	170
<i>Eficacia política en las Universidades Privadas</i>	172
<i>Relaciones entre variables</i>	179
<i>Conclusiones</i>	184
<i>Referencias</i>	185

13. Repercussões sociais dos rumores sobre o fim do Bolsa

Família no Brasil através de Internet;

<i>por Ana C. de Souza Mandarinó; M. Cristina Santos Carvalho; Estélio Gomberg.</i>	189
<i>Resumen</i>	189
<i>Introdução</i>	190
<i>Boatos</i>	192
<i>O fim do Programa Bolsa Família como boato</i>	197
<i>Considerações finais</i>	205
<i>Referências</i>	206

14. YouTube como escenario de educomunicación,

por Mariana Peláez Rojas; Laura Vélez Martínez

<i>Resumen</i>	209
<i>Introducción</i>	209
<i>1. Experiencia Institución Educativa Javiera Londoño</i>	210
<i>2. Experiencia Institución Educativa San José Obrero</i>	211
<i>Educomunicación, medios digitales y YouTube</i>	213
<i>Conclusiones</i>	215
<i>Bibliografía</i>	216
<i>Agradecimientos</i>	217

