

# Sumario

Introducción .....	11
<b>1 Hipermediatización: Prácticas performativas, constelaciones mediáticas e I-identidad hipermedial,</b>	
<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
<b>2. Comunicación digital, redes artísticas y política,</b>	
<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

<b>3. La interactividad como un factor clave para la fidelización de las audiencias. Una aproximación al contexto colombiano,</b> <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
<b>4. Televisión Pública Digital Interactiva —el caso innovador del Proyecto Brasil 4D para población de baja renta,</b> <b>por Cosette Castro</b>	
<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
<b>5. Circulação de conteúdos em portais e aplicativos: um estudo de caso de rádio expandido no Rio de Janeiro,</b> <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
<b>6. Análisis del perfil y comportamiento de los usuarios de la página WEB de una universidad pública: caso UANL, México,</b> <i>por Norma Leticia Serna Saucedo; Jorge Arturo Peña Marínez;</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
<b>7. El uso de las redes sociales para la gestión del conocimiento,</b> <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
<b>8. Información preferida en Facebook entre estudiantes</b> <b>universitarios del Sureste mexicano. Una aproximación,</b> <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
<b>9. Ludificação e compartilhamento como ferramenta</b> <b>para a sociabilidade: o caso do Waze,</b> <i>por Rafaela Elaine Barbosa; Maria José Baldessar</i> .....	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
<b>10. O tensionamento da midiatização e da convergência no âmbito universitário: análise das matrizes curriculares dos cursos de jornalismo, por Bárbara Maia</b> .....	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
<b>11. O Rádio Jovem em Redes Sociais: compreendendo as estratégias de posicionamento das emissoras em Belo Horizonte, por Debora Cristina Lopez; Matheus Maritan</b> .....	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
<b>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</b> .....	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