



I Congreso Internacional GTCC-AE-IC 2021

Medios colaborativos y resiliencia ciudadana:
Comunicación participativa en tiempos de crisis



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE INVESTIGACIÓN DE
LA COMUNICACIÓN

RICAP

Red de Investigación en Comunicación
Comunitaria, alternativa y Participativa

2 y 3 de
diciembre



Universidad
de La Laguna

Comunicación alternativa digital en defensa del
“desarrollo sostenible” de la ciudad de Málaga

Entorno marcado históricamente por la especulación urbanística y la explotación turística sin límites.

La principal razón, el peso de estas actividades como principales motores económicos no solo de la ciudad, sino también de toda la provincia.

65 kilómetros de costa que desde la década de los años 60 es una de las franjas de terreno más atractivas de España para inversores, especuladores y turistas.

Estado de la cuestión:

En un mundo dominado por la racionalidad económica, emergen los denominados movimientos sociales que intentan luchar contra la destrucción y expoliación de la naturaleza, la degradación del ambiente y por la calidad de vida de la población (Pérez Cubero, 2019, 135).

Frente a las crisis de las democracias representativas, se activan procesos de redemocratización, que posibilitan experiencias de reapropiación y resignificación de la esfera pública desde la cual se organizan acciones de resistencia y se construye “lo público” como un lugar de confrontación, de disputas y tensión de intereses (Rigal, 2011).

“Internet ha sido una gran oportunidad, ya que les permite un contacto casi permanente con sus principales audiencias a un coste reducido” (Almansa y Fernández, 2011, 338).

Sus reducidos presupuestos ha impulsado una oleada de nuevas estructuras centradas en el uso de internet, orientadas especialmente a acciones en redes sociales (Martínez, Segarra y Monserrat, 2018)



Muestra:

- Economía del bien común
- Salvemos la playa de San Andrés
- Aire Limpio Málaga
- Plataforma ciudadana en defensa de los Baños del Carmen
- EcolucionaMalaga
- Salvar el Arraijantal
- Defendamos Nuestro Horizonte
- Bosque Urbano Málaga

EBC MÁLAGA

**ECONOMÍA
DEL BIEN COMÚN**
Un modelo de economía con futuro



¿Es **tóxico**
el aire de **Málaga**?



Defendamos Nuestro Horizonte



Salvar el Arraijanal

Salvemos las últimas dunas malagueñas

Objetivos:

- Analizar la actividad, visibilidad y la interacción en el marco de sus diferentes comunidades digitales, con el reto de valorar si las organizaciones aprovechan todas las posibilidades que ofrecen las redes sociales.
- Definir las estrategias comunicativas de cada movimiento en Internet, estableciendo similitudes y diferencias entre ellos.
- Explorar las debilidades comunicativas de las asociaciones más vulnerables.



Preguntas de investigación:

¿Qué estrategia usan los movimientos ciudadanos para que sus comunicaciones sean más efectivas?

¿Cómo pueden aumentar su visibilidad y su productibilidad usando herramientas gratuitas?

¿Cuáles son las debilidades que observamos en sus métodos comunicativos?



Metodología cuantitativa(I):

ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL PERFIL DE FACEBOOK DE LAS DISTINTAS PLATAFORMAS ANALIZADAS (9).

Periodo analizado: 1 de septiembre-31 de diciembre de 2021

Se trata de una técnica idónea para afrontar investigaciones cuantitativas sobre textos escritos, una práctica de larga tradición en los estudios de comunicación; ya que permite el establecimiento de inferencias fiables sobre el contexto de las noticias –mensajes- y sobre sus condiciones de producción y recepción.

Metodología de análisis de contenido

Teoría y práctica

Klaus Krippendorff

Paidós Comunicación

(c)

JUAN JOSÉ IGARTUA PEROSANZ

MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

BOSCH
FUNDACIÓN



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA | uma.es

Metodología cuantitativa(I): ANÁLISIS DE CONTENIDO

Métricas para evaluar la estrategia de comunicación digital

Canal de comunicación	Actividad	Comunidad	Visibilidad	Interacción	Difusión
Facebook	<ul style="list-style-type: none">- Frecuencia de publicaciones- Tasa de respuesta	<ul style="list-style-type: none">- Número de seguidores- Evolución de los seguidores	<ul style="list-style-type: none">- Menciones en las historias de la plataforma o de sus líderes	<ul style="list-style-type: none">- Personas que comentan- Usuarios que interactúan- Número de “Me Gusta”, “Me encanta”, “Me importa”, “Me divierte”, “Me asombra”, “Me entristece”, “Me enfada” de una publicación- Número de veces que se comparte una publicación	<ul style="list-style-type: none">- Alcance

Augure (2012). Cinco pasos para elaborar un plan de monitorización y de medios y redes eficaz (e implementarlo).

<http://www.dircom.org/item/6981-5-pasos-para-elaborar-un-plan-de-motorizacion-de-medios-y-redes-sociales-eficaz-e-implementarlo>.

FORMATO

TONO

USO

Metodología cualitativa (II): FORMATO

Información

- Fotonoticia
- Fotogalería
- Vídeo
- Última hora
- Exclusiva
- Datos claves
- Documento
- Directo
- Recortes de prensa
- Nubes de etiquetas
- Cronologías

Géneros Interpretativos

- Meme
- Mapa conceptual
- Homenajes
- Infografías
- Viñetas
- *Making of*
- Perfil
- Comentarios

Géneros dialógicos

- Foto declaración
- Entrevista
- Citas
- Encuesta
- Menciones

Referencias

- Titulares
- Informes
- *Teaser*
- Tutoriales
- Reportajes

Adaptado de: García, J. A. y Arias, F. (2016). Géneros periodísticos en los formatos visuales de Twitter: una propuesta de tipología. *Revista Textual & Visual*, 9, Pp. 101–132.

Metodología cualitativa (II): USO

Difusión de
información

Promoción

Fidelización

Solicitar
participación

Concursos

Escuchar

Herrera Damas, S. y Requejo Alemán, J. . (2015). Perspectivas: La gran asignatura pendiente para los diarios en Twitter.
Revista *Telos*, pp. 1–13.

Metodología cualitativa (II):TONO



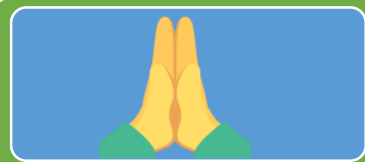
Datos



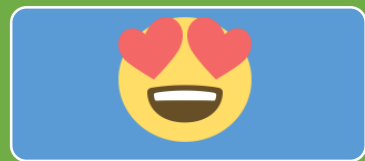
Preguntar



Recomendar



Pedir disculpas



Agradecer

EN PROCESO...



David Harvey (GEÓGRAFO): "El tipo de la ciudad en la que quieres vivir está ligado al tipo de persona que quieres ser".