

INVESTIGACIÓN MULTIMEDIA:
EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA ERA DIGITAL

— Colección *Comunicación y Pensamiento* —

INVESTIGACIÓN MULTIMEDIA: EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA ERA DIGITAL

Editores

Alfonso Chaves-Montero
M^a Del Mar Rodríguez Rosell
Irina Salcines Talledo

Autores

(por orden de aparición)

Alfonso Chaves-Montero
Celeste Martín Juan
Ismael López Cepeda
Sara Katherine Rincón Patiño
Javier Rodríguez Álvarez
Johnny Gómez Aguilar
Karla Garita Granados
Jorge Quesada Araya
Jessica Paola Mantilla Salgado
Lourdes Calderón
Guadalupe Vernimmen Aguirre
Ingrid Estrella Tutivén
Víctor Hugo del Pozo Raymond
Cristina Morales Torres
Daniel Rincón Hurtado
Fco. Javier Cantón Correa
Jordi Alberich Pascual
Janneth Palacios Chavarro
Patricia Lora León
Pastora Moreno Espinosa



INVESTIGACIÓN MULTIMEDIA: EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA ERA DIGITAL

Ediciones Egregius

www.egregius.es

Diseño de cubierta e interior: Francisco Anaya Benitez

© Los autores

1ª Edición. 2018

ISBN 978-84-17270-72-8

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Egregius Ediciones ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

Colección:
Comunicación y Pensamiento

Los fenómenos de la comunicación invaden todos los aspectos de la vida cotidiana, el acontecer contemporáneo es imposible de comprender sin la perspectiva de la comunicación, desde sus más diversos ámbitos. En esta colección se reúnen trabajos académicos de distintas disciplinas y materias científicas que tienen como elemento común la comunicación y el pensamiento, pensar la comunicación, reflexionar para comprender el mundo actual y elaborar propuestas que repercutan en el desarrollo social y democrático de nuestras sociedades.

La colección reúne una gran cantidad de trabajos procedentes de muy distintas partes del planeta, un esfuerzo conjunto de profesores investigadores de universidades e instituciones de reconocido prestigio. Todo esto es posible gracias a la labor y al compromiso de los coordinadores de cada uno de los monográficos que conforman este acervo.

Editora científica

Rosalba Mancinas-Chávez

Editor técnico

Francisco Anaya Benítez

Consejo editorial

Ramón Reig (*Universidad de Sevilla*)

José Ignacio Aguaded Gómez (*Universidad de Huelva, España*)

Ma. del Mar Ramírez Alvarado (*Universidad de Sevilla, España*)

Augusto David Beltrán Poot (*Universidad Autónoma de Yucatán, México*)

Rafael Marfil Carmona (*Universidad de Granada*)

Amor Pérez Rodríguez (*Universidad de Huelva*)

Carmen Marta-Lazo (*Universidad de Zaragoza*)

Gloria Olivia Rodríguez Garay (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

M^a. Ángeles Martínez (*Universidad de Sevilla, España*)

Marta Pulido (*Universidad de Sevilla, España*)

Martha Elena Cuevas Gómez (*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México*)

Martha Patricia Álvarez Chávez (*Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México*)

Edita:

●●●●
●●●●
●●○●
●●●●
EGREGIUS
ediciones

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. Investigación multimedia: el análisis de contenido en la era digital	9
<i>Alfonso Chaves-Montero</i>	
CAPÍTULO I. Rap español e Internet: expansión al margen de los canales tradicionales	11
<i>Celeste Martín Juan</i>	
CAPÍTULO II. Análisis comparativo de las páginas web de los tres ejércitos españoles.....	23
<i>Ismael López Cepeda</i>	
CAPÍTULO III. Twitter como canal de comunicación política y participación ciudadana	37
<i>Alfonso Chaves-Montero</i>	
CAPÍTULO IV. La pizarra digital interactiva como parte de la revolución tecnológica en las aulas de primaria (Buenas practicas, usos y percepciones).....	55
<i>Sara Katerine Rincón Patiño y Javier Rodríguez Álvarez</i>	
CAPÍTULO V. Investigación en el diseño de una app para la mejora de los hábitos saludables en jóvenes universitarios	65
<i>Javier Rodríguez Álvarez</i>	
CAPÍTULO VI. Construcción del análisis de contenido para el medio digital “hoy en el tec” desde la perspectiva editorial y multimedial	85
<i>Johnny Gómez Aguilar, Karla Garita Granados y Jorge Quesada Araya</i>	
CAPÍTULO VII. Comunicación política 2.0 en Twitter durante las elecciones del 20D en España	101
<i>Alfonso Chaves-Montero</i>	
CAPÍTULO VIII. Amazonía ecuatoriana: construcción de imaginarios a través de los siglos	123
<i>Jessica Paola Mantilla Salgado</i>	
CAPÍTULO IX. Twitter: mural de la imagen poética.....	139
<i>Lourdes Calderón</i>	

CAPÍTULO X. Nuevas <i>identidades digitales</i> en Ecuador, el caso del chat privado de Ewitter: ES-CORIA.....	169
<i>Guadalupe Vernimmen Aguirre, Ingrid Estrella Tutivén y Víctor Hugo del Pozo Raymond</i>	
CAPÍTULO XI. Análisis exploratorio sobre videoblogs y sus posibilidades como recurso educomunicativo	187
<i>Cristina Morales Torres</i>	
CAPÍTULO XII. Cosmovisiones sobre el futuro energético: análisis lexicométrico de tuits y prensa digital	209
<i>Daniel Rincón Hurtado</i>	
Capítulo XIII. Visualizando ciudades a través de <i>Instagram</i> : la construcción de la cultura visual urbana	231
<i>Fco. Javier Cantón Correa y Jordi Alberich Pascual</i>	
Capítulo XIV. Hacia una propuesta de observación de la comunicación y la creatividad en plataformas digitales	255
<i>Janneth Palacios Chavarro y Patricia Lora León</i>	
CAPÍTULO XV. Redacción de sucesos y nuevos mensajes multimedia en la Red	273
<i>Pastora Moreno Espinosa</i>	
CAPÍTULO XVI. La introducción de las transmisiones streaming en la Cátedra de Comunicación Multimedia. Estudio de un caso en la Universidad de Guayaquil	289
<i>Ingrid Viviana Estrella Tutivén , Víctor Hugo del Pozo Raymond y Guadalupe María Vernimmen Aguirre</i>	

INTRODUCCIÓN

INVESTIGACIÓN MULTIMEDIA: EL ANÁLISIS DE CONTENIDO EN LA ERA DIGITAL

Esta edición nos acerca a un nuevo enfoque de investigación, empleado con frecuencia en todas las áreas relacionadas con los medios: el análisis de contenido. Este método se basa en su eficacia para analizar los contenidos mediáticos. La convergencia tecnológica propiciada por la llamada Revolución Digital constituye un conjunto de tecnologías cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana.

Se presenta, pues, un panorama espectacular donde se multiplican las posibilidades comunicativas y se produce una fragmentación y segmentación de los contenidos. Esta nueva escena comunicativa implica un nuevo perfil de usuarios más activos, así como una estructura productiva con nuevos perfiles profesionales. El valor de la digitalización, por tanto, no sólo reside en un contexto de reorganización integral de productos y contenidos, sino de las formas de trabajo en un mundo cada vez más tecnológico.

En este libro podremos leer simposio trabajos que aborden temas como:

- Investigaciones de análisis de contenidos multimedia.
- Propuestas de análisis de contenidos mediáticos en los medios de comunicación digitales.
- Análisis de la infoxicación de contenidos digitales.
- Análisis de contenido digital en base a la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización de dichos contenidos.
- Trabajos relacionados con la revolución tecnológica y la comunicación de masas.

Alfonso Chaves-Montero
Universidad de Huelva, España