



**ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL MENSAJE DE CUIDADO ANIMAL DE LA  
FUNDACIÓN AMIGO FIEL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO A TRAVÉS DE LA  
PLATAFORMA FACEBOOK**

**VERÓNICA CASTILLO MORALES**

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO GRÁFICO  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN

2019



ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL MENSAJE DE CUIDADO ANIMAL DE LA  
FUNDACIÓN AMIGO FIEL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO A TRAVÉS DE LA  
PLATAFORMA FACEBOOK

VERÓNICA CASTILLO MORALES

Trabajo de grado para optar al título de comunicadora social

Asesora

Nélida María Montoya Ramírez

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
MEDELLÍN

2019

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Medellín, 27 de mayo de 2019

**Yo, Verónica Castillo Morales dedico este proyecto a:**

**Dios y al universo que son mis guías** primeramente por darme grandes capacidades para llevar a cabo este proyecto. Por darme fuerzas y levantarme todos los días desde que inicie este lindo proceso.

**A mi madre Elizabeth Morales Giraldo** quien con su esfuerzo, entereza, paciencia, amor y dedicación hizo posible que cada letra escrita en este trabajo tuviera sentido, por comprenderme y no dejarme desfallecer, por darme aliento día tras días, noche a noche y luchar hombro a hombro conmigo.

**¡TE AMO MAMÁ GUERRERA!** Sin ti nada hubiese sido posible.

A mi hermano **Juan José**, la luz de mis ojos, mi todo, el mejor hermano en el planeta tierra, mi bastón y polo a tierra en todo momento. Eres un ser maravilloso y extraordinario, que fortuna tenerte como hermano.

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de nuestro trabajo de grado desde los siguientes cursos:

- V – Historia de la Sociedad y Modelos Comunicativos,

Docente: Luis Fernando Zúñiga Melo

- VI – Epistemología de la Comunicación – Educación.

Docente: Jaime Alberto Rojas Rodríguez

- VII – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje.

Docente: Luis Fernando Zúñiga Melo

- VIII - Semiótica de la Educomunicación.

Docente: Carolina Echavarría Osorio

- IX – Etnografía de la Comunicación – Educación.

Docente: Astrid Helena Arregoces Solano

## TABLA DE CONTENIDO

1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1	Justificación del proyecto de investigación desde la línea y sublínea de la facultad	10
1.2	FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA	11
1.3	OBJETIVOS	13
1.3.1	General	13
1.3.2	Específicos	13
2.	MARCO TEÓRICO	14
2.1	COMUNICACIÓN	14
2.2	COMUNICACIÓN DIGITAL	17
2.3	ALFABETIZACIÓN TECNOLÓGICA	18
2.4	RECEPCIÓN DEL MENSAJE	20
2.5	ANÁLISIS DE CONTENIDO	20
2.6	CARACTERÍSTICAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO	22
2.7	COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES	23
2.8	TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	24
2.9	LEY 1341 DE 2009 DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN	25
2.1.0	PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS	27
2.1.1	FACEBOOK	28
2.1.2	DIFUSIÓN DEL MENSAJE EN REDES SOCIALES	29
2.1.3	FUNDACIÓN AMIGO FIEL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO	30
3	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.1	PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	31
3.2	DELIMITACIÓN TEMÁTICA	32
3.2.1	Sujeto de investigación	32

3.2.2	Tiempo y escenario	33
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.4	TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	34
3.4.2	ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA	34
3.4.3	FICHAS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE INFORMACIÓN	36
3.5	TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	37
3.6	MUESTREO INTENCIONADO	38
3.7	PLAN DE TRABAJO	39
3.8	PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN	40
4	SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	41
4.1	ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS	41
4.2	Análisis categorial o cruce de variables	43
5	CONCLUSIONES.	50
6	PRODUCTO RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN	51
7.	REFERENCIAS	56
8	ANEXOS	60
	Aportaciones de las tecnologías como eje en el nuevo paradigma educativo.	69

## FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

**Título del proyecto de investigación:** Análisis de contenido del mensaje de cuidado animal de la fundación amigo fiel del municipio de envigado a través de la plataforma Facebook.

**Línea de investigación:** Comunicación - Educación

**Sublínea:** Comunicación– Educación y Medios

**Facultad:** Comunicación, Publicidad y Diseño

**Programa Académico:** Comunicación Social

**Palabras clave:**

**Análisis, contenido, Facebook, fundación amigo fiel.**

### **RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:**

En esta investigación se llevó a cabo un análisis de contenido donde se evidenció que la fundación amigo fiel y la plataforma Facebook, son el medio que educa en el mensaje de cuidado animal.

Se aplicó bajo la metodología cualitativa, teniendo en cuenta que la fundación amigo fiel proporciona un mensaje que contribuye a la disminución del maltrato y el abandono por medio de su red FACEBOOK, la cual será vista como herramienta principal en la construcción de dicho mensaje; además, para dar evidencia de cómo las TICS hacen posible la integración de territorios por medio de las conexiones e intervenciones que se realizan año tras año desde su regulación. La fundación amigo fiel lleva 8 años transmitiendo confianza a la población, creando lazos de interacción cultural y educativa entorno a la protección animal, esto de la mano de la alcaldía desde hace 2 años y su fundadora principal y directora Juliana Álvarez.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Justificación del proyecto de investigación desde la línea y sublínea de la facultad

La sociedad de hoy, es muy vulnerable en cuanto a la información que se trasmite desde diferentes medios de comunicación, por ello es fácil divulgar en un grupo social con la emisión de uno o varios mensajes, pero aun cuando se transmite rápido, es importante comprender la forma como se puede hacer uso del contenido que las plataformas brindan, por ello el análisis del contenido busca llegar a una interpretación interesante y profunda de la manera como llega el mensaje de cuidado animal a los seguidores de la fundación Amigo Fiel del municipio de Envigado por medio de la plataforma Facebook, además a la comunidad en general, teniendo en cuenta, se quiere comprender la forma como está escrito el mensaje y la intención de las publicaciones.

La Universidad Católica Luis Amigó propone desde la línea de investigación espacios en los que sus estudiantes convergen y amplían sus métodos investigativos queriendo comprender que la mejor forma de ampliar información es creando momentos de educación que conlleven a indagar desde los saberes específicos. La pedagogía de la comunicación es un campo que vincula la educación, la tecnología y la comunicación y sus medios, desde una perspectiva interdisciplinaria. Implica una potenciación de la educación en cuanto su carácter comunicativo y en cuanto a la utilización o aprovechamiento de los medios (Quiroz, 1997. Pág. 27).

Para ser coherente con el desarrollo del estudio es importante presentar el siguiente detalle de la empresa, que sirve de relación con el análisis de contenido de los mensajes que se emiten sobre el cuidado animal a partir de la plataforma Facebook, por consiguiente, se expresa que la Fundación Amigo Fiel, inicia a funcionar en el año 2009, fundada por Juliana Álvarez Mesa; quien es una amante de los

animales desde muy pequeña. Ella junto con otra compañera recataban animales y los albergaban en sus casas, a medida que iban rescatando ya se iban haciendo un grupo mayor en la casa de ambas; para ellas fue una gran idea crear un albergue llamado amigo fiel ubicado en Envigado, lleva más de 6 años en labor y está ubicado en la loma del indio, anteriormente estaba ubicado en la loma del CES de Envigado.

Este estudio es importante para la comunicación social porque con base en él se pueden realizar posteriores análisis profundos de redes sociales, además amplía el panorama de cómo se conciben los análisis de contenido de los mensajes que se postean en Facebook, también es de vital importancia ya que entendemos como las plataformas son utilizadas para enseñar, crear, reconocer espacios, diversificar sociedades; y sobre todo realzar el poder de las nuevas formas de comunicaciones, ya que son estas las que mueven el mundo hoy.

Los estudios o análisis de contenido buscan dar a entender la importancia de un mensaje en comunidades diversas, en este caso en una comunidad particular que se crea para compartir un mensaje de cuidado animal a través de una plataforma que sin duda es una de las mejores posicionadas o con mayor ranking dentro de la sociedad.

## **1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA**

La sociedad consume contenidos en redes sociales de forma agresiva e inherente, ciertamente estamos en una época donde la información es agredida de forma abrumadora por parte de quienes quieren sacar ventaja de dichos contenidos, de esta manera entendemos que la comunicación y los comunicadores formamos parte del reto que nos imponen los avances tecnológicos a gran escala.

Queramos o no, seamos conscientes o no, nos encontramos inmersos en la era de la disrupción digital. Se puede decir que este término está de moda y en el último año ha sido mencionado reiterativamente en los medios de comunicación y tanto en

entornos educativos como no educativos, ya que se trata de un fenómeno que afecta a todos los sectores (banca, salud, infraestructuras, ocio, medios de comunicación) y especialmente a la educación superior (Marcos, 2017. Pág. 86).

Siendo así, se tiene como principio entregar un mensaje correcto desde las plataformas digitales; creando contenidos veraces y orgánicos, ya que como futuros comunicadores y emisores de información debemos Co - crear y evaluar dichas plataformas.

En este análisis, la pregunta es planteada con un sentido especial, teniendo en cuenta que los contenidos que se quieren comprender tienen cierta similitud entre ellos, ya que el mensaje de cuidado animal que quiere transmitir la página de Facebook de la fundación amigo fiel es con cierto tono educativo y sensibilizador.

Los contenidos en redes sociales de cierta forma pueden parecer básicos y con poco análisis en sus expresiones, pero si nos adentramos en cómo son escritos, porque los escriben y con qué intención son posteados, de esta forma y como futura comunicadora tengo la responsabilidad de afrontar los retos que imponen las nuevas tendencias de comunicación, las nuevas plataformas y los avances tecnológicos.

**¿Cómo es la interacción en la plataforma facebook de la Fundación “Amigo fiel” del municipio de Envigado entorno al mensaje de cuidado animal?**

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 General**

Analizar cómo es la interacción en la plataforma facebook de la Fundación “Amigo fiel” del municipio de Envigado entorno al mensaje de cuidado animal.

#### **1.3.2 Específicos**

Examinar qué tipo de mensajes son los que transmite “La Fundación Amigo Fiel” por medio de Facebook para dar el mensaje de cuidado animal.

Comprender cómo se da la interacción de los mensajes de cuidado animal por medio del Facebook de “La Fundación Amigo fiel”.

Evidenciar por medio de las interacciones como se recibe los mensajes de cuidado animal por medio de la plataforma Facebook de “La fundación amigo fiel”.

## 2. MARCO TEÓRICO

El desarrollo de este componente teórico está dispuesto según los conceptos de Comunicación, comunicación digital, análisis de contenido, sus características, comunicación a través de las redes, tecnología de la comunicación, la Ley 1341 de las tecnologías de la información y la comunicación, las plataformas tecnológicas, Facebook, la difusión del mensaje en redes y la fundación Amigo Fiel.

### 2.1 COMUNICACIÓN

Los inicios de la comunicación se dieron entre los hombres desde su nacimiento, se puede datar desde la prehistoria, donde los primeros humanos utilizaban lenguajes arcaicos para comunicarse, también realizaban pinturas que pueden clasificarse como los primeros intentos de una expresión o comunicación escrita (Navarro, 2005. P. 21).

El ser humano desde tiempos remotos se vio inmerso en momentos comunicativos para desarrollar su supervivencia, siendo así, las señales, los colores y los espacios no verbales de comunicación fueron los que implican una intervención comunicativa desde siglos pasados.

Las primeras ideas y teorías sobre una transmisión de información lineal, de un punto hasta otro, parecen conceptos de una época remota y lejana, que no tienen nada que ver con la manera en que nos comunicamos en el presente (Pedranti, 2001. P. 82). Entre tanto, se ejercieron funciones comunicativas tales como el desarrollo de las expresiones corporales y verbales que convergieron en la elucubración de nuevos conceptos demostrativos.

Posteriormente los egipcios desarrollaron un sistema de escritura basado en unos iconos llamados jeroglíficos. Los egipcios utilizaron como soporte de escritura el papiro, compuesto por fibras de una planta juncosa del Nilo. Los papiros se enrollan

alrededor de un eje de madera formando los volúmenes. Poco a poco el idioma fue evolucionando hasta que estos iconos (Navarro, 2005. P. 15).

Los seres humanos siempre buscamos comunicarnos, de diversas formas siempre estamos inmersos a comprender y dar mensajes, signos y momentos de diálogo con el entorno, además; se ha visto en la búsqueda de reconocer nuevos códigos de lenguaje, nuevos métodos aprendizaje para la comunicación y nuevas formas de consumo de información.

El profesor universitario y escritor español José Luis Orihuela, hace referencia a que la llegada de Internet produjo cambios profundos en la comunicación, a la que llama “e-comunicación”, y de la que plantea una serie de cambios de paradigmas. Orihuela destaca la nueva forma en la que el público consume la información, eligiendo lo que quiere leer como en un “menú a la carta”; los cambios de soporte a los que debieron someterse los medios de comunicación; (ORIHUELA, 2004) la importancia que se le da al contenido y a la rapidez con que se difunde; a la extensión ilimitada que ofrece Internet, donde la noticia ya no está sujeta a los límites del tamaño que impone el papel; el cambio del rol del periodista, que ya no es el mediador en el proceso del consumo de información; a la desaparición de la difusión unilateral de información y a la interactividad entre el medio y sus lectores (Carrizo, 2012. P. 27).

Con base en esto, la comunicación desde tiempos remotos evoca al consumo de mensajes, signos, contenidos, imágenes y un sinnúmero de recursos informativos que permitieron en tiempos pasados darle un significado a las palabras y a las cosas. Teniendo en cuenta que los receptores en esta época son consumidores agresivos de información y que se tiene todo a la mano, no como anteriormente que solo unos pocos se privilegiaban de saber leer, escribir y comprender mensajes.

La comunicación sensibiliza, dependiendo de los conceptos o lo que queramos decir, los mensajes se han transmitido siempre con un fin, no solo es el hecho de

comunicar o llevar a cabo una idea; también nos comunicamos con nuestros gestos y con las actitudes, antes todo se daba a conocer por los signos, símbolos, caligrafías o por simples expresiones corporales.

Los mensajes que ahora se emiten por medio de internet evitan el contacto con las demás personas y dificultan la comunicación verbal y cara a cara, ahora cada mensaje es diversificado por pequeños emoticones o códigos de comunicación que no tienen mucho que ver con lo que nuestros antepasados hacían. Las cartas, los mensajes por telégrafo, señales de humo, o simplemente el voz a voz utilizados por los conquistadores eran la forma de compartir lo que se quería decir, allí también se tergiversaron las comunicaciones con mayor facilidad y el mensaje era más lento, provocaba guerras o por otro lado era esa información importante el que las acababa.

Las redes han complementado el esquema de comunicación masiva, ya que son el medio por el cual se conocen las personas, el medio donde se reproducen nuevos momentos informativos, y a diferencia de antes todo se sabe antes de que los medios convencionales lo informan, hoy por hoy las redes son las que mueven las comunicaciones para bien o para mal. Internet es la herramienta que hace posible el funcionamiento de estos aplicativos que dejaron de lado los tradicionalismos y avanzaron al modernismo, con nuevos lenguajes de comunicación, concisos y en algunos casos confusos para quien no avance con dichos escalones de comunicación.

La e-comunicación es según Orihuela comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos (Orihuela, 2004. P. 33), en relación a internet. Es lo que en la actualidad se conoce como e-comunicación. Con base en esto la comunicación online ahora es analizada como el nuevo paradigma porque por ejemplo ya no hablamos de audiencias sino de usuarios, no de medio si no de contenido, soporte a formato y de periodicidad a medio real.

## 2.2 COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación se ha presentado como un fenómeno que se hace grande a medida que pasan los avances tecnológicos, es la forma con la que jóvenes y adultos se comunican y entrelazan información a través de la red internet y sus diversas opciones para comprender el mundo desde otra perspectiva.

La revolución digital abre las puertas a universos inexplorados que nos amplía el conocimiento, es la forma de interconectarse e interactuar con otras personas que ni siquiera conocemos; lo que antes era simplemente hablar con una persona cara a cara hoy se resume al simple hecho de tener un computador con acceso a internet y de esta forma es posible una comunicación amplia y llena de nuevos momentos educativos.

De allí la “comunicación digital”, derivada de la comunicación social pero dirigida a toda persona inteligente que produce y distribuye mensajes como apoyo a su actividad económica, cultural o individual (Noda, 2005 P. 27)

Básicamente, la comunicación digital es la forma como nos comunicamos con los demás con la ayuda de herramientas tecnológicas que nos acompañan en el aprendizaje diario de nuevas formas educativas, dándole a los seres humanos momentos únicos de interrelación y conexión con la era tecnológica.

La comunicación digital ocupa un rol importante en la educación de las nuevas generaciones y de las que han estado inmersas en los avances, ya que la educación digital ha avanzado al punto de llegar a poblaciones donde la educación básica era lo único que se concebía, ahora es normal ver cómo los jóvenes y niños de regiones apartadas del mundo conocen un computador y se nutren de información día a día en sus comunidades.

De esta forma, podemos interpretar lo digital como la forma nueva de educar, antes los seres humanos se comunicaban por signos, señales y jeroglíficos; ahora es por

medio de emoticones y códigos que solo se entienden entre quienes envían el mensaje y sus receptores.

El desarrollo tecnológico dentro de este proceso globalizador se encuentra frente a frente con los modelos de comunicación ansiosos por sumarse en esta travesía, tal como lo refirió García Canclini cuando señaló a la globalización como el pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas (Canclini, 1995. P. 67); un pasaje que permita el diálogo entre los esquemas conservadores del sistema cultural y lo que se empieza a conocer como interculturalidad (Latuff, 2008. P. 65).

La digitalización de la comunicación es la forma de entender cómo se han extendido las redes del internet, tanto así que ahora los trabajos son 100% mediáticos y que las personas que son contratadas deben tener conocimientos plenos en redes, en comunicación digital y sobretodo en los retos que se deben afrontar para reconocer los paradigmas que se vieron crecientes con los nuevos modelos tecnológicos.

### **2.3 ALFABETIZACIÓN TECNOLÓGICA**

Desde los avances tecnológicos, entre sus inicios y cómo se encuentra ahora la educación es uno de los motores que mueven el mundo, haciendo una mirada en los cambios que se sufren día a día con los avances tecnológicos, hay que ahondar en los retos y lo que nos espera como sociedad en materia de tecnología.

En el texto nativos digitales, Piscitelli, plantea que docentes y alumnos puedan subir fotografías, sonidos, producciones y análisis a la Web, o que puedan usar la propia red como laboratorio, tubo de ensayos, máquina de simulación o espacio de narrativas personalizadas y a medida, implica la más grande expansión del espacio aúlico jamás concebida.

Hoy el analfabetismo digital sigue siendo una tremenda barrera y obstáculo para el desarrollo cultural y social de la humanidad. Mientras pocos se solazan y se entretienen en su domesticación, para el grueso de la población mundial las computadoras son desde un engorro y un obstáculo, hasta directamente una fuente

de dolor y de desaliento, y en la mayoría de los casos una barrera de exclusión social significativa (Piscitelli, 2009, P. 154)

De esta manera, los nativos tecnológicos son aquellos que nacen desde el 2000 en adelante, comprendiendo que vienen con los nuevos avances de la globalización tecnológica; ritmos y pensamientos con base a la educación antes de, con una serie de oportunidades para las redes sociales y diversas páginas, audiolibros, medios de comunicación, celulares, tabletas y una gama diversa de implementos para que se interconecten momentos, culturas, investigaciones y participaciones educativa entorno a la tecnología.

Según el autor, si en cambio visualizamos la formación digital como un eslabón indispensable en la infraestructura del desarrollo social y económico, y usáramos innumerables nuevas herramientas de visualización de naturaleza computacional, quizá tal desiderátum tendría muchas más chances de alcanzarse en un tiempo mensurable y atendible. Estamos comprometidos con el desarrollo de una infraestructura del conocimiento mucho más ambiciosa que el reduccionismo informático dominante, que incluye una pedagogía inclusiva de la matemática, la biología, el diseño, la estética, la historia cuantitativa, o el curriculum que se desee impartir. (Piscitelli, 2009, P. 155)

Teniendo en cuenta el compromiso que se adquiere como educador y estudiante, se abren puertas para idealizar las redes sociales como el nuevo ABC de los maestros y un menú de posibilidades en usos para los estudiantes; entrelazando el buen manejo de estas mismas, con los retos para evitar la pérdida de los medios tradicionales y que nos aportan tanto y quizás ambas son el complemento ideal para construir la educación del mañana y las posibilidades el presente.

## **2.4 RECEPCIÓN DEL MENSAJE**

Según Ferrés, en su intervención en la revista de comunicación y tecnologías emergentes, en la cual habló de las competencias mediáticas de la población Española, señaló que, un mensaje se podría considerar un concepto de carácter tecnológico, pero en realidad está vinculado a la recepción y a la medición de audiencias; Todavía en el ámbito de la recepción, se plantearon varias preguntas relacionadas con la corresponsabilidad social. (Ferrés, 2012, P. 34)

Este apartado de la intervención del autor en la revista científica, nos refleja como en base a un mensaje, independiente de su medio de transmisión, el público lo recibe de cierta manera; en este caso es por la televisión, pero si nos centramos en la conversión del mensaje al medio digital, las percepciones cambian, ya que no hay una comunicación personal ni con algún programa en especial; aquí el mensaje es detrás del teclado o de un celular o cualquier aparato que brinde acceso al internet.

El mensaje devela cierto juego de emociones o sensación dependiendo su contenido y su momento de envío, claro está que las redes sociales juegan con logotipos y con escrituras abreviadas; entendiendo esto como un reto para la lectoescritura. Ferrés también en su texto la emoción del consumo afirma que los mensajes.

## **2.5 ANÁLISIS DE CONTENIDO**

Este análisis se enfoca en cómo están dichas las ideas. La atención detallada a los detalles del “Uso del lenguaje” puede ofrecer una perspectiva de varias preguntas de investigadores en las ciencias sociales. En este apartado se examinará la forma

en la cual, el discurso es en sí una forma de acción que juega un rol fundamental en la organización de la vida social, cultural y política. El análisis de contenido tiene como objetivo el desarrollo del propósito del mensaje, identificando las bases teóricas claves que conforman tanto el análisis de contenido como el análisis del discurso, para ser aplicados en casos de estudio comunicativos/periodísticos; examinando las dimensiones y alcances del análisis como técnica de investigación, teniendo en cuenta que se deben identificar los principales acentos y lecturas contemporáneas del discurso en los medios de comunicación, evaluando los factores lingüísticos, sociales y psicológicos que moldean el discurso participando y siendo parte de una comunidad intelectual y pedagógica dentro de la discusión y trabajo en grupo. Para algunos autores, el análisis de contenidos es una técnica de investigación mientras que para otros es un método de investigación, o inclusive, un conjunto de procedimientos. Se considera sobre todo como un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aun de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones (Carrizo, 2012. P. 17).

El análisis de contenido es clave para desglosar información de temas en particular, las redes sociales son el tema de moda, que aglomera una población que comparte contenidos de forma abrumadora, cada vez más crecen y se vuelven indispensables para el crecimiento de la sociedad y de las empresas, ahora las organizaciones deben crecer al nivel de la tecnología y sus avances. Por eso deben estar al tanto de cómo las redes hacen crecer potencialmente sus mercados, los análisis de contenido también son importantes para este crecimiento, porque allí es donde nos podemos dar cuenta de cómo se mueven las personas en las redes, su consumo y sobre todo si sus mercados avanzan.

Un análisis debe ser objetivo, organizado y sistemático, además debe tener una estructura funcional que se adapte al modelo de la investigación, esto se hace con

la finalidad de solucionar la intencionalidad de lo investigado, teniendo en cuenta que se quiere conocer la estructura interna de la información, también queriendo analizar el lenguaje y los procederes de los mensajes.

El análisis de contenido se utilizó, en un principio, como una técnica de análisis y cuantificación de los materiales de comunicación, tales como el contenido de periódicos, revistas y programas de radio-. Últimamente, este procedimiento se viene utilizando en marcos muy diversos y para una amplia gama de finalidades de investigación (Noguero, 2002. P.11).

## **2.6 CARACTERÍSTICAS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO**

El análisis de contenido implica aplicar una serie de reglas y procedimientos metódicos que es necesario considerar, parece conveniente responder primero a la pregunta qué es análisis.

Desde el punto de vista de las ciencias naturales, analizar es identificar la composición de una sustancia: implica el conocimiento interno de un todo, de sus componentes y de la interacción de ellos. Evidentemente, el análisis en el campo de las ciencias sociales no puede limitarse a la mera identificación o cuantificación de componentes, elementos o principios, sino que debe concebirse como una fundada descripción de los contenidos, y a la determinación lo más exacta posible de sus características, sus principios y relaciones.

Para entrar en contexto, el análisis de contenido tiene unas subdivisiones que se proponen para desglosar los momentos de la investigación, esto con la finalidad de comprender los momentos culturales, teóricos, sociales y educativos que se hacen por parte del método de análisis. Las definiciones operacionales de las etapas del contenido, a saber: El universo, la muestra, la unidad de análisis, las unidades de contexto, la categoría y la cuantificación (Fernández, 2002. P. 127).

El universo se enfoca en las diferentes citas o fuentes que se sacan para profundizar en la investigación. La muestra es la naturaleza de la exploración, se escogen a criterio y por parte de la identidad de lo que se indaga. La unidad de análisis es la encargada de buscar las palabras claves y allí se busca la identidad cultural de la investigación. La unidad de contexto entredicho los contenidos sintácticos; estos conformados por definiciones expresada dentro del análisis. Para generar una información verificable se aplica la categorización de la información, teniendo en cuenta que esta debe priorizarse de menos a más llegando a la cuantificación del contenido, allí es donde se finaliza el análisis y se da aplicación a lo investigado.

## **2.7 COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES**

La comunicación para la eficiencia en una empresa, se analiza como un instrumento de información que orienta sobre diferentes tipos de mensajes, por ello surge de la inquietud de transmitir lo que es necesario para que los receptores capten concretamente lo expresado.

A lo largo de la evolución del ser humano, las formas de comunicación han dado un giro amplio, con respecto a los años 1970, 1960; años en los que la comunicación digital no era tan amplia ni se daba a gran escala, poniéndolo en contexto con lo que se vive desde mediados del 2000, donde las tecnologías de la información formaron parte del diario vivir del ser humano, creando vínculos comunicativos diversos y con gran velocidad de expansión.

En el ámbito educativo, internet ha facilitado el surgimiento de una nueva etapa en la educación abierta y a distancia, modalidad que permite romper los esquemas tradicionales de espacio y tiempo. Además, representa una herramienta de gran potencial para superar el reto de los rezagos educativos que experimentan las

naciones donde existen personas marginadas de los servicios educativos (Crovi, 2009. P. 47).

Las redes sociales conllevan nuevos retos para el crecimiento de las organizaciones, para la ampliación de campos que anteriormente eran inexplorados. Además, creó maneras de comunicaciones que en ocasiones son amigables con el crecimiento laboral. En parte, las redes modernizaron los procesos técnicos, prácticos y dinámicos de los seres humanos.

Existen dos visiones o posiciones muy claras de la teoría de las redes sociales, una calificada como atomista, descontextualizada y atribuida, y la otra relación reticular. En la primera, el actor o agente se describe desde una perspectiva individualista y no incluye los contextos sociales en el que dicho actor está inmerso, es decir no se analiza las interacciones del agente con la estructura social. Igual, sus semejanzas como edad, sexo, ocupación, estatus socioeconómico, entre otros, son valorados como características intrínsecas de los sujetos independientes de las relaciones con otros miembros (Crovi, 2009.P. 51).

## **2.8 TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN**

Es preciso el planteamiento de diversos autores que exponen acerca de esta temática. Las TIC entonces, se pueden considerar como un conjunto de herramientas que sirven para procesar, almacenar, presentar y difundir la información, transformando así las formas de comunicación entre los seres humanos, modificando el pensamiento y rompiendo barreras de tiempo y espacio. Las definiciones mencionadas permiten ver que las TIC no son simples recursos estáticos, sino que van evolucionando, por lo que existe una gran cantidad de herramientas tecnológicas al servicio de la humanidad para optimizar los procesos de comunicación, permitiendo que sea más fácil, efectiva y rápida.

En lo referente a la Constitución Política de Colombia de 1991 en su Artículo 67 define y desarrolla la organización y la prestación de la educación formal en sus niveles preescolar, básica (primaria y secundaria) y media, no formal e informal, dirigida a niños y jóvenes en edad escolar, a adultos, a campesinos, a grupos étnicos, a personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas, con capacidades excepcionales, y a personas que requieran rehabilitación social.

## **2.9 LEY 1341 DE 2009 DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

Esta Ley es en la que se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones El Congreso de Colombia Título 1 – capítulo 1 (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

**Artículo 1°.** La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información. (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

**Artículo 2.** Principios orientadores. La investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social. (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades, a todos los habitantes del territorio nacional. Son principios orientadores de la presente Ley:

**Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:**

El Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad. (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

**Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos:**

El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus

propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura. Para tal efecto, dentro del ámbito de sus competencias, las entidades del orden nacional y territorial están obligadas a adoptar todas las medidas que sean necesarias para facilitar y garantizar el desarrollo de la infraestructura requerida, estableciendo las garantías y medidas necesarias que contribuyan en la prevención, cuidado y conservación para que no se deteriore el patrimonio público y el interés general. (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

#### **Protección de los derechos de los usuarios:**

El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Hábeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones. (CONGRESO DE COLOMBIA, Ley 1341 de 2009)

#### **2.1.0 PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS**

Las Plataformas Tecnológicas son estructuras de intercambio y comunicación entre los distintos agentes del sistema español de ciencia-tecnología-innovación que impulsan la mejora de la capacidad tecnológica y la competitividad creciente del sector productivo nacional, realizando actividades de intercambio de conocimientos,

de planificación y de difusión. Dichas plataformas dentro de sus estructuras tecnológicas son clave para el fomento de la colaboración público-privada y la detección de nuevas demandas en el ámbito de los Retos, realizando exclusivamente actividades de fomento y dinamización (Galego, 2014. P. 14).

En la actualidad, el imaginario se encuentra en el corazón mismo del debate técnico: el determinismo tecnológico ha dejado de ser un mero concepto de aparición intermitente a lo largo del pensamiento político del siglo XX, para convertirse, de hecho, en parte del imaginario colectivo sobre la tecnología. Y queda continuamente corroborando, cuando, curiosamente, tanto desde posiciones tecnófobas como tecnófilas, se insiste en la inexorabilidad del desarrollo tecnológico (Durán, 2004. P.19).

Teniendo en cuenta que las plataformas son una ayuda pedagógica, podríamos decir que son herramientas para acortar las distancias entre comunidades que no tienen como informarse, el ministerio de las TICS en Colombia interviene para que poblaciones que no poseen información o que quizás se ven vulneradas por la falta de ésta, tengan acceso y puedan complementar los esquemas educativos, además de los retos que implican los nuevos paradigmas tecnológicos en temas formativos.

### **2.1.1 FACEBOOK**

Es una red fundada por un estudiante de la universidad de Harvard, se creó con la finalidad de permear comunidades a través de fotografías, mensajes y eventos que emergen en sus poblaciones. Comenzó con el fin de facilitar a los estudiantes de dicha universidad a compartir información fluida, rápida y eficiente. Aunque los inicios de la red se dice que fueron fraudulentos, se puede aseverar que es una de las redes sociales con mayor número de usuarios a nivel mundial, compitiendo con plataformas como Instagram, WhatsApp y Twitter; que siendo relativamente nuevas

le permitieron dar a la plataforma inicial un giro; actualizando contenidos y aplicativos para brindar una mejor experiencia, Facebook sigue a la par de estas y comparte funciones complementarias y que gustan a nivel mundial.

La forma vertiginosa en que Facebook se gestó, desarrolló y posicionó como herramienta preferida en internet, llama poderosamente la atención en términos de entender de qué manera logra en un lapso de tiempo relativamente corto recaudar cerca 500 millones de usuarios alrededor del mundo, hecho que sus competidores, con más tiempo en línea, nunca pudieron igualar o siquiera considerar (Lemus, 2011. P. 116).

Con la plataforma, se dinamizan los momentos educativos, por ende se modernizaron las pedagogías que antes se utilizaban, con las redes se crearon nuevos retos y Facebook fue pilar para que los educadores y educandos recibieran de forma diversa mensajes, libros, textos y fuentes importantes para el ejercicio académico.

### **2.1.2 DIFUSIÓN DEL MENSAJE EN REDES SOCIALES**

Hoy en día cualquier asociación depende mucho de su entorno. Por esto es muy importante la comunicación en su entorno, para poder conseguir que la sociedad y los ciudadanos se involucren en la tarea de poder rescatar a todos esos animales y sacarlos de las calles, puesto que su ayuda además de beneficiar a la asociación también ayuda a la ciudadanía, ya que muchos de esos abandonos muchas veces acaban produciendo accidentes o altercados por las calles. Con una buena comunicación es posible que la recogida y adopción de los animales sea más eficaz y a la vez también concienciar a la sociedad sobre el maltrato animal (Lemus, 2011. P. 117).

Del año 2015 para acá, Envigado comenzó a ser reconocido por su capacidad de reacción entorno a las políticas de fauna callejera, siendo este uno de los municipios pioneros en proponer estrategias de comunicación y reacción inmediata para acercar a la población a dicha problemática, dejando así, la fundación amigo fiel como la encargada de acoger en su lote a 198 perros, albergados con parte del presupuesto de la administración y la Alcaldía Envigadeña.

### **2.1.3 FUNDACIÓN AMIGO FIEL DEL MUNICIPIO DE ENVIGADO**

Dentro del modelo de conceptualización, La fundación Amigo Fiel, se describe como una organización que tiene como principios en el cuidado animal desde todos sus puntos de vista. Luego de que se realizan los procesos de adopción, se realizan unos filtros para ver que los adoptantes sigan con las bases éticas de la fundación en el cuidado animal. Luego de que el adoptante consigue el animal, amigo fiel realiza un seguimiento comprometido con el animal; verifica que él tenga sus cuidados básicos y necesarios para su vida digna, que no comprometan su salud desde ningún punto de riesgo y sobre todo que no exista la menor posibilidad de devolver el animal a la fundación o incluso a la calle. El principal problema que puede llegar a afrontar una sociedad amante de los animales, es la crueldad hacia ellos y la total indiferencia de casi todos frente a estos casos. En Colombia, un país agobiado por sus problemas políticos, económicos y sociales este es un interrogante que se puede solucionar, teniendo en cuenta que las fundaciones son el medio para dar el paso más importante que es evitar el maltrato y el no cuidado animal; siendo así las redes sociales el principal aliado.

Amigo fiel, comenzó su página en Facebook en el año 2011, allí comenzó a crear lazos entre la comunidad de Envigado preocupada por reconocer el abandono de

animales como problemática social; desde entonces se realizan publicaciones informando a la población, inicialmente en Envigado, luego se fue expandiendo y tomó fuerza en los demás municipios; la información es manejada por su gerente Juliana Álvarez, asegura que: la prioridad de la fundación es velar por la calidad de vida de nuestros animales, en Facebook nos encargamos de promocionar nuestros servicios y las formas de ayuda que nos pueden beneficiar para su sustento.

### **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 PARADIGMA Y TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El paradigma de desarrollo de esta investigación se da bajo una investigación de corte cualitativo y con una metodología de tipo descriptiva, en la que se quiere exponer cómo se están dando a conocer los mensajes de la página de facebook de la Fundación Amigo fiel de Envigado.

Para Alfonso Nieto, "Difusión es "acción y efecto de difundir o difundirse". El verbo difundir invoca los significados de "extender, esparcir, propagar". Las palabras adquieren diferente contenido según se apliquen a sectores diversos del conocimiento humano. En el ámbito de la empresa informativa el término difusión suele abarcar el grado de propagación de los productos informativos, resultado de

la actividad de medios de comunicación social o de otros soportes informativos (Nieto, 1979. P. 49).

Lo que se busca es reconocer un mensaje que es replicado por las redes, además comprender los contenidos sobre el cuidado animal de la Fundación Amigo Fiel desde la plataforma Facebook, en el Municipio de Envigado, para el desarrollo eficiente de la comunicación en una población específica, por ello el tipo de este estudio es investigativo y participativo, concluyendo que su construcción parte de la información obtenida en el proceso de a través de la observación directa la página de Facebook.

Teniendo en cuenta el problema planteado y los objetivos, el estudio será cualitativo, esta le dará un panorama más profundo y científico, desde el análisis documental y la observación.

### **3.2 DELIMITACIÓN TEMÁTICA**

Analiza el contenido del mensaje en la plataforma Facebook.

#### **3.2.1 Sujeto de investigación**

La fundación Amigo Fiel del municipio de Envigado, cuenta con un recurso humano y de profesionales, tecnólogos y técnicos desde el oficio de la veterinaria, asociados al compromiso, cuidado, acompañamiento y esterilización de los animales de acuerdo a la norma establecida por la Alcaldía local al regalar un lote para la vivienda y sostenimiento de los animales.

¿Por qué amigo fiel? Para mí es una de las fundaciones que más reconocimiento tienen el municipio de Envigado. Amigo fiel desde el año 2017 con la nueva administración (alcaldía) animalista del municipio creció para el bienestar de animales callejeros de población adulta, además su red social Facebook cuenta con 15.309 seguidores en diversos lugares del valle de aburrá.

La veterinaria Vital es una base de apoyo a la hora de esterilizar y realizar procedimientos especiales a los perros tanto de la fundación como de quienes contactan a Juliana Álvarez (fundadora y dueña) para hacer el gancho con las veterinarias y realizar una esterilización completa y oportuna, además completar esquemas de vacunación a un precio favorable. Las personas que participan en los bazares son claves a la hora de recolectar fondos, comida y otras cosas para la fundación y así facilitar el cuidado de los animales. En el caso de la alcaldía; la fundación se vio beneficiada luego de obtener un lote en comodato en la loma del indio hace varios meses, este lote es más grande al lote anterior en la loma del escobero, además realizaron convenios para recibir más animales del municipio y así favorecer a que la población de perros callejeros disminuyera en alto grado.

### **3.2.2 Tiempo y escenario**

1 año y 6 meses

### **3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señala Kerlinger, la investigación no experimental o ex post-facto es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. (Kerlinger, 2000, P. 116.)

En esta investigación se analiza un contenido con base a un mensaje, no se cambian o crean variables, por ende se investiga un momento o un individuo en su entorno natural, llevando a cabo el estudio por medio de un enfoque que se exprese en lo que hay explícito en dicho entorno.

Sampieri, define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para después analizarlo.

Para Sampieri, el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, y el diseño longitudinal, donde se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinables y sus consecuencias. (Sampieri, 2003)

### **3.4 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

#### **3.4.2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA**

La encuesta funciona como proceso de estructuración de los componentes situaciones Como su nombre lo dice, este método estructurado de recolección de información es utilizado para abarcar a profundidad un tema con un experto, la entrevista se presta para hacer preguntas que guíen a otras y es flexible.

La entrevista semi-estructuradas tiene algunas ventajas para la investigación, algunas de ellas son:

Ventajas de la entrevista abierta frente al cuestionario con preguntas cerradas:

Permiten más profundidad y aclarar cualquier malentendido Permite ver hasta dónde llega el conocimiento del entrevistado.

Facilitan la cooperación y la empatía

Permiten evaluar mejor qué piensa realmente el entrevistado

Pueden producir respuestas no esperadas (Vela, 2012. Pág 72).

En investigación cualitativa la entrevista no se basará en cuestionarios cerrados y altamente estructurados, aunque se puedan utilizar, sino en entrevistas más abiertas cuya máxima expresión es la entrevista cualitativa en profundidad, donde no sólo se mantiene una conversación con un informante, sino que los encuentros se repiten hasta que el investigador, revisada cada entrevista, ha aclarado todos los temas emergentes o cuestiones relevantes para su estudio (Vargas, 2012. Pág 78).

Al inicio de la entrevista se debe presentar el entrevistado, ¿Quién es? ¿Por qué es influyente en la investigación? ¿Cómo puede ayudar en el análisis? Esto con el fin de

La entrevista semiestructurada es más rica a la hora de obtener datos. El investigador tiene un conjunto de temas sobre los que le interesa que trate la entrevista y a medida que el informante habla, va introduciendo preguntas sobre esos temas. El orden de los temas y de las preguntas se ve condicionado por la conversación. Da la posibilidad de introducir temas nuevos, categorías emergentes, que el investigador no había contemplado, pero que surgen en la conversación. Este es el tipo de entrevista más usada en investigación cualitativa, pues hay un razonable grado de control por parte del investigador y un cierto grado de libertad en las respuestas en el informante (Vargas, 2012. P. 119).

- **OBJETIVO AL QUE VA DIRIGIDO:** Comprender cómo se da la interacción de los mensajes de cuidado animal por medio del Facebook de “La Fundación Amigo fiel”.

Ver en Anexos [Batería de Preguntas para el entrevistado: Juliana Álvarez](#)

### 3.4.3 FICHAS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO DE INFORMACIÓN

Ver en [Cuadro 1](#)

Las fichas de análisis son documentos escritos con un contenido breve, de un tema estudiado a lo largo de un tiempo, estas ofrecen la posibilidad de encontrar información de forma ágil y concisa de un tema determinado dentro de una investigación; así mismo se puede intercalar información, agregar temas nuevos y eliminar quizás lo que no es útil para la investigación. Una de las grandes ventajas de las fichas es para él después de lo investigado, sirven para ojear cuando ya hayamos finalizado nuestra meta y en ella buscar posibles ayudas académicas para futuros trabajos.

La idea de orden de las fichas contenido, se da porque en cada ficha solo se debe plantear una idea para lograr comprender cada una de las metas de la investigación o de un contenido en especial, se comprende mejor un tema cuando es desglosado uno por uno y no se mezclan contenidos. También es recomendable titular cada ficha para evitar confusiones durante el estudio, esto aporta orden a la rúbrica de los contenidos y se la investigación se hija de forma correcta y hay un tejido coherente.

Dentro de la ficha de contenido, de debe tener en cuenta la hora, la fecha y donde se encuentra lo que se está analizando, esto hace parte del orden que se le quiere dar a la investigación.

### **3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

#### **Subcategorías:**

#### **Tipos de mensajes:**

- Mensajes de Facebook
- Interacciones
- Cuidado animal

#### **Comunicación digital:**

- Comunicación externa
- Promoción de los mensajes
- Contenidos de los mensajes

#### **Plataformas tecnológicas:**

- Educación virtual
- Facebook
- Frecuencia de las publicaciones

### 3.6 MUESTREO INTENCIONADO

En este muestreo intencionado se lleva a cabo la consecución de los objetivos y lo que se plantea desde el inicio con el planteamiento del problema. Aquí como investigadora quiero llevar a cabo un análisis de contenido de los mensajes de la plataforma Facebook, en este paso se revisan varias fichas de diversos meses entre 2018 y 2019 además de ser en horas escogidas al azar; de igual manera las fichas contienen dentro de su información las dinámicas de la página de Amigo fiel, allí se da a conocer como la página informa, educa, forma y emplea estrategias para el cuidado animal en el municipio de Envigado.

Además aparte de estas fichas de observación, se llevaron a cabo otras las cuales son las que miden las interacciones de la página, estas con el fin de ver como es el movimiento de la página en la mañana, tarde y noche y para ver si la página se mueve mucho más los días de semana o en fines de semana.

Luego de esto, se realiza una entrevista semiestructurada la cual quiere dar a responder las principales hipótesis con base al Facebook y a su manejo, esto con el fin de cumplir con los objetivos planteados inicialmente.

### 3.7 PLAN DE TRABAJO

PLAN DE TRABAJO																
ACTIVIDAD	AGOSTO 2018 (DURACIÓN 4 SEMANAS)				SEPTIEMBRE 2018 (DURACIÓN 4 SEMANAS)				OCTUBRE 2018 (DURACIÓN 4 SEMANAS)				NOVIEMBRE Y DICIEMBRE 2018 (DURACIÓN 4 SEMANAS)			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Entrevista				X	X	X	X	X	x	X	X	x	x	x	x	X
Seguimiento de página de Facebook (ficha de observación no participante)							X		x	X	X		x	x	x	X
Fichas							X		X	X	X	x	x	x	x	X
Fichas							X	x	x	X		x	x	x	x	X

### 3.8 PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN

<b>PRESUPUESTO</b>			
<b>Rubros</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo aproximado por unidad</b>	<b>Costo total</b>
Transporte de investigador	Transporte hasta el municipio de Envigado	\$8.000 x 1 día que se realiza la entrevista	\$16.000
Transporte de investigador	Transporte hasta Universidad Luis Amigó gasolina del carro cuando no se usaba transporte público	\$4.200 x día	\$80.000  \$70.000
Material de entrega trabajo de grado	Poster y cd	poster: 45.000	cd: impresión \$8000 cada una
<b>Total: \$219.000</b>			<b>Total: \$219.000</b>

## **4 SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

### **4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS**

Según Díaz y Navarro el análisis de contenido como metodología puede concebirse como un conjunto de procedimientos que tienen como objetivo la producción de una meta-texto analítica en el que se representa el corpus textual de manera transformada. (...) O, dicho de otro modo, ha de concebirse como un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuibles y, sin embargo, presentes (Fernández, 2002. P. 65).

La información se obtuvo mediante la página de Facebook de la fundación amigo fiel, allí se recolectó la información para las fichas de análisis no participante además con la directora de la fundación y quien maneja la página se hizo una entrevista donde se responden a varias dudas que se tienen sobre la comunicación externa de la fundación, de la educación virtual y de las plataformas.

### **4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL**

#### **ANÁLISIS POR CATEGORÍAS DE LAS HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN**

En las fichas de contenido, se analiza la información recolectada en la observación la página de Facebook; allí en cada ficha se hace un rastreo, de la forma como se estructura la información o lo escrito en las publicaciones, con el fin de entender qué tipo de contenido hay en varias de las publicaciones analizadas, esto se realiza también para concluir con el objetivo que contiene la página La entrevista semiestructurada corresponde a la categoría de comunicación digital, en la entrevista la directora de la página se explica cómo la comunicación externa del Facebook se enfoca en darle a conocer a sus receptores el mensaje de cuidado

animal, acá también se aborda la promoción de los mensajes y sus contenidos, en la entrevista se explica cómo se están promoviendo los mensajes y cuáles son las estrategias para que estos lleguen de forma correcta. En estos dos elementos de recolección también se aborda la categoría de plataformas tecnológicas, en ella hay unas subcategorías de educación virtual, Facebook y frecuencias de publicaciones; en ellas se analizó por medio de las fichas de las publicaciones por medio de las interacciones ejemplo:

Con esta ficha se estudió cuantas eran las interacciones, los me gustan, los comentarios y cuantas veces fue compartida; teniendo en cuenta lo que se planteó en los objetivos queriendo analizar cómo eran las interacciones de la página según su contenido, exponiendo que dentro de las categorías que anteriormente se aplicaron, las que más se comprenden en la publicación es el contenido del mensaje y el tejido de las publicaciones. Dentro de las entrevistas se expuso que la página no pretende ser de contenidos ofensivos, ni sensacionalistas, por el contrario; una de las palabras con mayor mención en la entrevista fue educación, y compartir contenido que edifique al lector en el entorno del cuidado del animal.

ficha de interacción	
FICHA N° 3	Fecha y duración: 11/10/2018 8:30am
Tipo de publicación:	Informativa.
Lugar:	Página de Facebook Hogar Amigo Fiel // <a href="https://www.facebook.com/pg/hogaramigo.fiel/posts/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/pg/hogaramigo.fiel/posts/?ref=page_internal</a>
LO OBSERVADO	
REGISTRO ETNOGRÁFICO	 <p>Me gustas: 11 Comentarios: 1 Compartida: 46 veces</p> <p>11 Me gusta 1 comentario 46 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Más relevantes ▾</p> <p>Escribe un comentario...</p> <p>Presiona "Enter" para publicar.</p> <p>Monica Maria Goez Galeano lola Dios permita que te puedan encontrar pronto ...</p> <p>Me gusta · Responder · 13 sem</p>

## 4.2 Análisis categorial o cruce de variables

La educación virtual es una base importante para definir nuevos roles en la comunicación y en cómo se están educando las personas, la plataforma Facebook bien manejada es una herramienta importante para el desarrollo de ciertas actividades tecnológicas.

En esta categoría se analiza la educación virtual, allí se aborda como Facebook es una herramienta lógica y pertinente para los nuevos retos educativos, la página de Facebook se enfoca en darle a entender a sus 15.000 usuarios cómo pueden ayudar a los animales, como pueden adoptarlo y cuáles son los pasos que deben seguir para ser parte de la fundación.

Esta teoría de la e-comunicación o comunicación virtual es amparada por El profesor universitario y escritor español José Luis Orihuela, hace referencia a que la llegada de Internet produjo cambios profundos en la comunicación, a la que llama “e-comunicación”, y de la que plantea una serie de cambios de paradigmas. Orihuela destaca la nueva forma en la que el público consume la información, eligiendo lo que quiere leer como en un “menú a la carta”; los cambios de soporte a los que debieron someterse los medios de comunicación; la importancia que se le da al contenido y a la rapidez con que se difunde; a la extensión ilimitada que ofrece Internet, donde la noticia ya no está sujeta a los límites del tamaño que impone el papel; el cambio del rol del periodista, que ya no es el mediador en el proceso del consumo de información; a la desaparición de la difusión unilateral de información y a la interactividad entre el medio y sus lectores (Carrizo, 2012. Pág 97).

La plataforma de Facebook beneficia completamente a la fundación, es la forma más fácil para nosotros de llegar a las gente para culturizarnos, para las adopciones, noticias, en realidad es donde más tenemos seguidores, no manejamos casi ni Twitter ni Instagram. Ya que es para la fundación la opción ideal para difundir su mensaje.

Con la plataforma, se dinamizan los momentos educativos, por ende se modernizaron las pedagogías que antes se utilizaban, con las redes se crearon nuevos retos y Facebook fue pilar para que los educadores y educandos recibieron de forma diversa mensajes, libros, textos y fuentes importantes para el ejercicio académico.

Dentro las fichas que se analizaron de la página queda claro que la fundación se enfoca en dar a entender el mensaje de cuidado animal, amigo fiel se enfoca en hacer que el mensaje sea comprendido por medio de interacciones en las imágenes en los videos y en las publicaciones que diariamente hacen.

En el marco teórico se entiende que las redes sociales o las plataformas digitales apoyan la educación y a la virtualidad, la fundación también pretende educar con sus contenidos, esto se afirma en este párrafo: En el ámbito educativo, internet ha facilitado el surgimiento de una nueva etapa en la educación abierta y a distancia, modalidad que permite romper los esquemas tradicionales de espacio y tiempo. Además, representa una herramienta de gran potencial para superar el reto de los rezagos educativos que experimentan las naciones donde existen personas marginadas de los servicios educativos (Crovi, 2009. Pág 114).

También se comprenden las redes como un método para comprender los nuevos momentos educativos, y se entienden como la estrategia para lograr las metas de la fundación, los objetivos son muy claros, promover la atención a los animales, promover la adopción y la educación para cuidar a los animales, las buenas noticias y las ventajas de tener un animal de compañía en casa, ante todo primando la buena tenencia de los mismos. También dejando claro que nuestro objetivo primero es culturizar y ayudar al bienestar, Facebook se adapta muy bien a eso en las publicaciones.

Ahora bien, cuando se inició la investigación se quería averiguar cuáles eran las características de los mensajes y como eran transmitidos por medio de Facebook, que las personas se dieran cuenta que la fundación se den a conocer por medio de sus actividades y sus adopciones, de esta misma forma se quiere dar a conocer que el internet trastocado la forma de educar, las plataformas tecnológicas son las encargadas de implementar y crear espacios de educación por medio de sus herramientas, en la actualidad, el imaginario se encuentra en el corazón mismo del debate técnico: el determinismo tecnológico ha dejado de ser un mero concepto de aparición intermitente a lo largo del pensamiento político del siglo XX, para convertirse, de hecho, en parte del imaginario colectivo sobre la tecnología. Y queda continuamente corroborando, cuando, curiosamente, tanto desde posiciones

tecnóforas como tecnófilas, se insiste en la inexorabilidad del desarrollo tecnológico (Durán, 2004. P.75).

A lo largo de la investigación, se encontró que los mensajes analizados en la página de Facebook y analizados en las fichas resultaban siendo redundantes y repetitivos, ya que siempre se enfocan en los mensajes de cuidado animal y en la manera como eran divulgados en Facebook, los mensajes que promueven el cuidado son los que ponemos de adopciones, perros perdidos, eventos relacionados con animales y su cuidado, también de personas que quieran apoyar la causa de nuestra fundación y apoyar animales en riesgo.

Los objetivos que se trazaron a lo largo de lo investigado se lograron ya que cuando hablamos en el objetivo principal que era identificar los mensajes, en las fichas y en las entrevistas se llevó a cabo esa labor, de saber cuáles eran esos mensajes y cuál era su contenido, además dentro de las fichas también se examinó cuáles eran las interacciones por medio de sus imágenes, videos y textos.

En las siguientes imágenes se evidencia que en los mensajes se logra identificar como principal objetivo como se dan los mensajes desde la página de Facebook, además en las horas que se escriben los mensajes. Se logró identificar por medio de la fichas los mensajes de Facebook, de su redacción, ortografía, si tienen imágenes o videos, de sus comentarios y likes principales y además que son en su mayoría iguales en su redacción. Otro de los objetivos que se analizó con las fichas fue la interacción de las personas que visitaban la página de Facebook, esto se realizó con el fin de identificar cómo era la participación de las personas que siguen la fundación, allí se identificó que los mensajes se ven en su mayoría con mayor frecuencia en la tarde y que tienen mayor interacción las publicaciones que tienen imágenes y videos, por ejemplo en la siguiente ficha lo podemos observar. Esto lo logramos identificar en varias de las publicaciones con videos, están tienen alta tendencia a ser vistas con mayor frecuencia y por un mayor número de personas,

este objetivo de analizar las publicaciones se logró evidenciar con fichas como la del pantallazo.

También se evidenció cómo era la manera en la que se posteaban dichos mensajes en Facebook y el paso a paso de las publicaciones diariamente, su periodicidad y el orden en que debían de ser publicados.

En el marco teórico se explica como el Facebook se inició como una herramienta de comunicación interna para estudiantes de una universidad en particular. La forma vertiginosa en que Facebook se gestó, desarrolló y posicionó como herramienta preferida en internet, llama poderosamente la atención en términos de entender de qué manera logra en un lapso de tiempo relativamente corto recaudar cerca 500 millones de usuarios alrededor del mundo, hecho que sus competidores, con más tiempo en línea, nunca pudieron igualar o siquiera considerar (Lemus, 2011. P.115).

#### FICHAS DE INTERACCIONES EN LA PÁGINA DE FACEBOOK.

ficha de interacción	
FICHA N° 1	Fecha y duración: 11/10/2018 8:00am
Tipo de publicación:	Informativa.
Lugar:	Página de Facebook Hogar Amigo Fiel // <a href="https://www.facebook.com/pg/hogaramigo.fiel/posts/?ref=page_internal">https://www.facebook.com/pg/hogaramigo.fiel/posts/?ref=page_internal</a>
Palabras clave:	
LO OBSERVADO	REGISTRO ETNOGRÁFICO
Me gustas: 60 Comentarios: 4 Compartida: 8 veces	 <p>4 comentarios 8 veces compartido</p> <p>Me gusta Comentar Compartir</p> <p>Más relevantes ▾</p> <p>Escribe un comentario...</p> <p>Presiona "Enter" para publicar.</p> <p><b>Diana Patricia Arboleda Puerta</b> Que felicidad y que bella labor la de ustedes. De verdad son mis heroes y gracias a la familia que adopoto a celeste, ver el artes y despues no tiene nombre Me gusta · Responder · 13 sem</p> <p><b>Estefania Echevarria Zapata</b> Que bella labor se le nota la felicidad Dios los bendiga ojala ayan mas gente de buen corazon con estos penitos q necesitan mucho amor Me gusta · Responder · 13 sem</p> <p><b>Adriana Garcia Toro</b> Gracias a Dios y a esta persona de buen corazón que la adoptó, porque todos merecen un hogar, el amor y cuidados no tiene precios Me gusta · Responder · 13 sem</p>

Ahora bien cuando hablamos de Facebook, hablamos de la plataforma que transformó la educación por medio de las redes y que complementa la manera como las plataformas digitales están moviendo el aprendizaje en el mundo. La forma vertiginosa en que Facebook se gestó, desarrolló y posicionó como herramienta preferida en internet, llama poderosamente la atención en términos de entender de qué manera logra en un lapso de tiempo relativamente corto recaudar cerca 500 millones de usuarios alrededor del mundo, hecho que sus competidores, con más tiempo en línea, nunca pudieron igualar o siquiera considerar (Lemus, 2011. Pág 119).

Con la plataforma, dinamizan los momentos educativos, por ende se modernizaron las pedagogías que antes se utilizaban, con las redes se crearon nuevos retos y Facebook fue pilar para que los educadores y educandos recibieran de forma diversa mensajes, libros, textos y fuentes importantes para el ejercicio académico.

### Cuadro 1

Dentro de lo analizado en las publicaciones, se configuran ciertas categorías

Unidad de análisis de información de página de facebook: Fundación Amigo Fiel						
Texto	tipo de texto	categoria	subcategoria	fecha de publicación	hora y fecha en la que se anali	
"Acompañanos en la donatón, disfruta de una deliciosa oblea, llévate a tu casa una hermosa suculenta, compra lindos accesorios y así colaboras con la causa." #hogaramigofielenladonaton #donaton2018 #donatonporlosanimales	Informativo: dentro de las categorías de comunicación digital, los textos cuando son informativos llaman la atención del lector dependiendo la información, en este caso los eventos que realizan las páginas de facebook son una conexión con sus seguidores y esto ayuda a que los mismos se fidelicen a la página o atraigan mayor público.	Comunicación y estrategia digital	contenido de los mensajes	1 de julio 2018	5 agosto 2018 9:40am	
BUSCA UN HERMOSO HOGAR Se llama Batman, esta buscando un hogar definitivo, tiene un año, esta adiestrado y esterilizado. Es muy energético, juguetón y muy noble. Info. 3164462884 ESTE PERRITO NO SE ENCUENTRA EN EL ALBERGUE, SI LE INTERESA POR FAVOR LLAMAR A ESE NÚMERO.	Expositivo: dentro la comunicación un texto expositivo es aquel que quiere expresar informacion sea divulgativa o especializada, dentro de la publicación existe la necesidad de informar algo en específico.	Comunicación y estrategia digital	contenido de los mensajes	22 de septiembre 2018	1 de octubre 2018 7:30am	

repitentes en las publicaciones, en el trabajo de campo se analizaron 45 publicaciones en diversas horas, meses y días en el año 2018 y parte del 2019,

donde se corroboró que una de las categorías de mayor uso era la comunicación y estrategia digital, teniendo en cuenta que hay una subcategoría que comprende lo que está publicado en los post, el contenido del mensaje; además dentro del cuadro 1 se puede observar que estas dos son repetitivas así el contenido del mensaje de la publicación cambie.

Las publicaciones en las fichas de análisis se desglosaron en 3 tipos de texto, informativo, expositivo y fake new, siendo dentro de lo observado en la página lo informativo como el mayor tipo de texto utilizado en las publicaciones, entendiendo así que cada una fue analizada en diferentes meses y horarios, comprendiendo así lo explicado podremos entender que el análisis de las fichas y de las publicaciones está configurado por textos informativos que dentro de lo comunicacional es una estrategia para aplicar en la era digital, informa contenido de forma adecuada según lo que se quiera dar a entender, además entendiendo que la narración de las publicaciones es según las estrategias de quién maneja la página y de los gustos de sus públicos.

## 5 CONCLUSIONES.

Se puede decir que a modo de conclusión general, luego de ser realizado el análisis y la organización de los datos de la investigación, que el facebook como competencia educativa y mediática, realza las metodologías de la virtualidad, generando espacios propicios desde el internet para avanzar dentro de la comunicación digital y sus estrategias y complementos para alcanzar objetivos. Además, el análisis de las publicaciones permitió entender que los usuarios de esta página resaltan particularmente que la fundación es ideal para informar, describir sus funciones dentro del marco de la protección animal y de cómo se debe transmitir el mensaje desde dichas plataformas.

Por otro lado los comunicadores deben ir de la mano de los avances tecnológicos, retroalimentarse de lo nuevo, comprender los retos que se tiene desde la educación y aplicarlos al rol del diario vivir, entendiendo que la e-comunicación es el espacio del que nos debemos apropiar y conocer a fondo, para recibir, emitir y promover en las redes sociales como facebook mensajes constructivos, veraces y correctos, sin aumentar o revelar informaciones para lograr objetivos a corto plazo.

Finalmente, la educomunicación es un concepto que conlleva una responsabilidad en la digitalización de los contenidos educativos, ya que los espacios en las redes sociales dinamizan los roles y las formas cómo se transmiten los mensajes.

## **6 PRODUCTO RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **6.1 PRESENTACIÓN**

Dentro de los nuevos mundo tecnológicos y la era digital, la educación se ha permeado de nuevos conceptos y retos para la aplicabilidad en cada una de las ramas dentro de la comunicación. Las redes sociales y diversas plataformas tecnológicas han permitido crear de forma conjunta con medios tradicionales un nuevo juego académico, un rol que educandos y educadores debemos asumir con el pasar de los años y comprometernos al ritmo de vida que esto implica.

Siendo así, uno de los retos que tenemos los comunicadores al salir de las universidades a enfrentar el mundo digital, es comprender un mensaje que es nuevo de cierta forma para muchas personas, entrelazar y tejer a través de una red comunicacional activa y abierta a un mundo de oportunidades; teniendo en cuenta que no solo somos nosotros quienes nos adaptamos, es un sinnúmero de conjuntos personales que entendemos que el avance de la comunicación va más allá de las palabras.

### **6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

Esta investigación fue realizada para comprender como es entendido el mensaje de cuidado animal por medio de una red social; facebook.

### **6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO**

La investigación se llevó a cabo bajo la metodología cualitativa, la cual tuvo como principal enfoque, las redes sociales y el Facebook; teniendo en cuenta que los métodos de recolección de información fueron la entrevista semiestructurada y las fichas de análisis de contenido; queriendo con estos implementos entender los

objetivos que eran examinar, comprender y evidenciar el contenido de un mensaje específico, interpretando luego en el cruce de información que la creación de contenido fue de la mano y a la par con lo que expresó la dueña de la fundación Juliana Álvarez en la entrevista; siempre dejando claro que su objetivo es enseñar y cuidar los animales a través de sus publicaciones y con este fin y de forma empírica dentro de algunas bases de mercadeo de redes, creó como lo expresa ella de forma coloquial “sin querer” , ciertas estrategias, las cuales a medida del cruce de información se fueron interpretando.

#### **6.4 ANÁLISIS DEL CONTENIDO DEL MENSAJE DE CUIDADO ANIMAL EN FACEBOOK**

#### **CONTENT ANALYSIS OF THE ANIMAL CARE MESSAGE IN FACEBOOK**

**Autor:**

**Verónica Castillo Morales**

#### **Resumen**

Esta investigación se llevó a cabo un análisis de contenido donde se evidenció que la fundación amigo fiel y la plataforma Facebook, son el medio que educa en el mensaje de cuidado animal.

El presente trabajo es realizado bajo las teorías de Canclini, Piscitelli y Ferrés, basadas en las investigaciones sobre la antropología, comunicación y competencias mediáticas; y la alfabetización digital, teniendo en cuenta también los nativos digitales y los roles de la educación en la tecnología.

Allí se describe cómo el crecimiento de las tecnologías ha trastocado barreras e intervienen en la interacción a través de las conexiones digitales y como la comunicación es más ágil y al mismo tiempo educa.

Entonces, Estamos sometidos a este régimen ambivalente antiguo, en el que obtenemos mucha más información que puede ser de más calidad y a la vez es un régimen de vigilancia. (Canclini, 2016. P. 45)

Dentro de la metodología cualitativa se realizó un análisis de mensajes, publicaciones y entrevista para corroborar cómo era el mensaje que se reproduce en la red social Facebook. Se llegó a comprender que las publicaciones tienen un sentido informativo, expositivo y educativo.

Siendo así, una investigación como la realizada; comprende la participación de la educomunicación, no solo como herramienta de ubicación de información educativa sino, complementando los usos del lenguaje dentro de las redes sociales, dando a entender el papel del internet y del Facebook en la comprensión de cada uno de los procesos y avances cambiantes de la comunicación a través de las páginas de facebook y de las demás plataformas tecnológicas.

**Conceptos claves:** Comunicación digital, Facebook, mensaje, publicaciones, plataformas tecnológicas, análisis del mensaje, educación digital, redes sociales.

## **Abstract**

This research was carried out a content analysis where it was evidenced that the faithful friend foundation and Facebook platform, are the medium that educates in the animal care message.

The present work is done under the theories of Canclini, Piscitelli and Ferrés, based on research on anthropology, communication and media skills; and digital literacy, also taking into account digital natives and the roles of education in technology.

It describes how the growth of technologies has disrupted barriers and intervenes in interaction through digital connections and how communication is more agile and at the same time educates.

So, we are subjected to this old ambivalent regime, in which we get much more information that can be of better quality and at the same time is a surveillance regime. (Canclini, 2016. p 45)

Within the qualitative methodology, an analysis of messages, publications and interviews was carried out to corroborate the message reproduced on the social network Facebook. It was understood that publications have an informative, expository and educational sense.

This being the case, a research like that carried out, comprises the participation of the educomunicacion, not only as a tool of location of educational information but, complementing the uses of the language within the social networks, by understanding the role of the internet and facebook in compressing each of the processes and changing advances of communication through the facebook pages and other technological platforms.



**Key concepts:** Digital communication, Facebook, message, publications, technological platforms, analysis of the message, Digital Education and social networks.

## 7. REFERENCIAS

Ansede & Espiñeir, P. (2010). Universidad de relaciones laborales a Coruña. Coruña.

Canclici, N. (2016). Culturas en globalización, las nuevas formas de construcción desde las tecnologías de la información y la comunicación en un mundo interconectado. Seminario de Comunicación y educación Universidad Complutense. Barcelona - España.

Carrizo, M. (2012). Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes. El fenómeno de Facebook y su influencia. Buenos Aires, Argentina.

COMERCIO, S. D. (28 de JUNIO de 2012).

Crc, C. d. (23 de febrero de 2017). La comisión de regulación de comunicación.

Delia Covi, M. L. (2009). Redes sociales, análisis y aplicaciones. En M. L. Buenos Aires – Argentina.

Duran, A. V. (2004). Las promesas del imaginario internet: las comunidades virtuales. . En Las promesas del imaginario internet: las comunidades virtuales. España.

DYCK, V. (1999). El Análisis Crítico del Discurso. En Anthropos nº186.

Educativos, R. (2017). Recursos educativos digitales que aportan el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica.

Ibarra, K. A. (2010). CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD DIGITAL DE LOS ESTUDIANTES JAVERIANOS EN FACEBOOK. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis394.pdf>

Korn & Francis. (1969). El significado del término "variable" en sociología. Edi. Nueva Visión, Bs. As.

Krippendorff. (1990). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Paidós. Barcelona.

Latuff, L. (2008). La comunicación digital en la era del conocimiento. Caracas - Venezuela.

NATIVOS DIGITALES Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitectura de la participación, Alejandro Piscitelli, Editorial Santillana.

LA COMPETENCIA MEDIÁTICA DE LA CIUDADANÍA ESPAÑOLA Competencias y retos Joan Ferrés i Prats.

Díaz, L. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Bogotá – Colombia.

Ferrés, J. & Piscitelli, A. (2011). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. Comunicar. Madrid, España.

Lemus, M. F. (s.f.). “Nos vemos en el Face...” análisis de la red social Facebook desde el concepto de realidades axiológicas. Bogotá – Colombia.

Llacuna & Morera, J. (2012). Doctor en Filosofía y Letras Jefe del Área de Información y Documentación. Técnica. España.

Marco, A. I. (2017). Aportaciones de las tecnologías como eje del nuevo paradigma educativo. En M. d. libro, Aportaciones de las tecnologías como eje del nuevo paradigma educativo. Saratoga.

Millán, M. T. (2014). Modelo Teórico de Comunicación. Universidad de Londres.

Narváez. (2015). ARTICULACIÓN PROYECTO DE LECTURA Y ESCRITURA AL PEI MEDIADA POR LAS TIC. TiT@ Educación digital para todos.

Navarro, E. (2005). Historia de la comunicación. Revistas académicas de comunicación N° 14 – Vol. 18. Universidad de México. DF.

Noda, F. N. (2005). Guía de comunicación digital. Guía de comunicación digital. Caracas - Venezuela.

Noguero, F. L. (2002). El análisis de contenidos como método.

Pedranti, G. (2001). Introducción a la comunicación. En G. Pedranti, Introducción a la comunicación. Maipue.

Perlado, M. (2006). Perlado Marta: Planificación de medios de comunicación de masas. Editorial Mcgraw-hill / Interamericana de España, s.a. España: Editorial Mcgraw-hill / Interamericana de España, s.a. Primera edición.

Pérez, J. (2015). La publicidad y los medios. Publicaciones abiertas de comunicación. Navarra, España.

Piscitelli, A. (2009). Nativos digitales, Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitectura de la participación.

Sampieri, R. (2003) Metodología de la investigación, Capítulo 3.

Pujol, J. L. (2001). *La comunicación en las organizaciones*. España.

Quiroz, M. T. (1997). Propuesta para la educación y la comunicación. En M.T. Quiroz, propuesta para la educación y la comunicación (P. 36). Andalucía, España: COMMUNICAR.

Urueña, A. (Diciembre de 2011). Las Redes sociales en internet - Alberto Urueña. Madrid – España

Zárate, Y. (2015). Análisis de Contenido y Análisis del Discurso Maestría en Periodismo Político. Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

## 8 ANEXOS

### Batería de Preguntas para el entrevistado: Juliana Álvarez

#### **Perfil:**

Juliana una Envigadeña amante de los animales que con devoción ayuda desde hace de diez años a recuperar la alegría de muchos animales en condición de abandono y soledad.

Comenzó ayudándole económicamente a un señor de escasos recursos que tenía una población de perros callejeros en muy mal estado, de allí surgió la idea de tener un espacio adecuado para sostener, alegrar y mejorar la vida de 150 perros y 40 gatos en riesgo de maltrato constante.

Actualmente la fundación es apoyada por la Alcaldía de Envigado, la cual se ha convertido en referente para los demás municipios aledaños, ya que cuenta con políticas de reinserción canina y felina, jornadas de esterilización y apoyo a quienes ayuden con el cuidado de la fauna del municipio.

1. ¿Cómo cree usted que la plataforma Facebook beneficia la comunicación externa para la fundación Amigo Fiel?

R/ “La plataforma de Facebook beneficia completamente nuestra fundación, es la formas más fácil para nosotros de llegar a la gente para culturizarnos, para las adopciones, noticias, en realidad es donde más tenemos seguidores, no manejamos casi ni Twitter ni Instagram”.

2. ¿La comunicación externa tiene que ver con el contenido de los mensajes?

R/ nuestra comunicación externa está alineada con todo lo que publicamos de cuidado animal, además nos enfocamos en organizar los mensajes para que quienes vean la página entiendan de qué se trata.

3. ¿Cuáles son los mensajes que promueven la responsabilidad para el cuidado animal?

R/ los mensajes que promueven el cuidado son los que ponemos de adopciones, perros perdidos, eventos relacionados con animales y su cuidado, también de personas que quieran apoyar la causa de nuestra fundación y apoyar animales en riesgo.

4. ¿Cuál es el filtro que se utiliza para realizar las publicaciones en la fan Page?

R/ El único filtro que tenemos es que las noticias no sean amarillistas o para pedir dinero, el resto es libre se utiliza mucho para procesos de la fundación, noticias y adopciones.

5. ¿Las publicaciones siempre hablan de cuidado animal?

R/ Sí, por lo general siempre hablamos de esto, o de eventos.

6. ¿Qué contenidos son más importantes a la hora de publicar en el Facebook y cuáles son los que se limitan?

R/ Los contenidos son muy simples, buenas fotos, que sean reales y veraces, no publicamos por publicar.

7. ¿Con cuánto tiempo se planean las publicaciones, se publica al azar o por orden de importancia?

R/ No tenemos límites con las publicaciones, que no sean amarillistas, la importancia se le da a las adopciones que tenemos en la fundación y priorizamos los eventos según el orden de realización.

8. ¿Hay alguna prohibición o normativa para las publicaciones?

R/ No, aquí se juega mucho con la objetividad de las publicaciones, nuestros usuarios están al tanto de lo que pasa en la fundación y reitero no me gusta ser negativa en las publicaciones, evito al máximo perritos heridos, eso comunica para mi tristeza y lastima y yo no quiero tener eso en las redes sociales, ya que todos los seguidores tienen una imagen buena de la fundación.

9. ¿Los mensajes que se transmiten en Facebook ayudan al cuidado animal?

R/ sí, ya que solo público contenido que aporte en la red social Facebook, además los contenidos no son violentos ni dañan a quien los vea colgados en la página.

10. ¿Con qué frecuencia se hacen las publicaciones?

R/ Hay días que publicamos más que otros, vamos publicando a medida que vayan llegando animales, o alguna noticia importante, hay días que no publicamos; en si planificación semanal o diaria no tenemos, lo hacemos más que todo de acuerdo a las necesidades que se vayan presentando. Aquí también tenemos en cuenta si es en semana o fines de semana, por ejemplo en semana publicamos menos que los viernes o sábados.

11. ¿Tienen alguna frecuencia en especial, publican más en semana o fines de semana?

R/ publicamos a medida que todo sale, la verdad no somos rigurosos en ese sentido. Por ejemplo le damos prioridad a las adopciones y a perros perdidos.

12. ¿Facebook es una herramienta que se adapta a cumplir los objetivos educativos de la fundación?

R/ los objetivos son muy claros, promover la atención a los animales, promover la adopción y la educación para cuidar a los animales, las buenas noticias y las ventajas de tener un animal de compañía en casa, ante todo primando la buena tenencia de los mismos. También dejando claro que nuestro objetivo primero es culturizar y ayudar al bienestar, Facebook se adapta muy bien a eso en las publicaciones.

13. ¿Cree ustedes que la página de Facebook de la fundación educa de forma virtual a los usuarios que la visitan?

R/ Si, ya que creo que la fundación educa desde el cuidado animal, desde los valores que deben tener los seres humanos con respecto a los animales, además lo que queremos en amigo fiel es que nuestro contenido sea edificador de buenas prácticas y que enseñe a quienes nos siguen que la pagina es vigilante con el contenido que subimos y que no es cualquier cosa, es de buena calidad y educa claro que sí.

14. ¿Los mensajes que promueven tienen algún efecto en la comunicación externa de la fundación?

R/ Si, ya que nuestra intención es contribuir al crecimiento de la página y de la fundación por medio de ella; también creo que es la mejor herramienta para promover contenido.

15. ¿el mayor tema de las publicaciones de la página son sobre cuidado animal?

R/ Si, porque nosotros defendemos los animales y queremos siempre su bienestar.

En la entrevista semiestructurada, durante la propia situación de entrevista el entrevistador requiere tomar decisiones que implican alto grado de sensibilidad hacia el curso de la entrevista y al entrevistado, con una buena visión de lo que se ha dicho. Por ejemplo, ante una pregunta que ya se haya respondido, tal vez de paso, se tendrá que decidir si se realiza de nuevo para obtener mayor profundidad o dejarla fuera. Otro reto es el manejo de un tiempo limitado y el interés por hacer todas las preguntas de la guía. Asimismo, el entrevistador debe estar alerta de su comportamiento no verbal y sus reacciones ante las respuestas, para no intimidar o propiciar restricciones en los testimonios del entrevistado.

## FICHAS DE LOS ANTECEDENTES

<b>Ficha bibliográfica</b>	<b>N° 1</b>	
<b>I. Reseña bibliográfica</b>		
<b>Autor</b>	María Valls Arnau	
<b>Título del libro</b>	Redes sociales, herramienta de gestión empresarial	
<b>Nombre de la editorial</b>	Ugerman Editor	
<b>Ciudad</b>	Buenos Aires, Argentina	
<b>Año de publicación</b>	2016	
<b>Edición</b>	2016	
<b>Número de paginas</b>	128	
<b>Signatura</b>		

<b>Título del capítulo</b>	<p>Las nuevas fórmulas de comunicación</p> <p>Relación de las redes con las empresas</p> <p>Gestión de las redes sociales</p> <p>La valoración de nuestras acciones en el entorno online</p>
<b>Fecha de consulta</b>	19 de agosto 2018
<b>Número de páginas consultadas</b>	15
<b>II. Aspectos generales</b>	
<b>Palabras claves</b>	Comunicación, redes sociales, entorno online,
<b>Sinopsis</b>	<p>Las empresas o entornos informativos deben comprender y adaptarse a las redes sociales, teniendo en cuenta que estas permean los espacios que se habitan diariamente. Además se vuelven una necesidad a la hora de la creación de contenidos y evolución de entornos laborales.</p>

<b>Idea general</b>	Analizar los motivos concretos de porque se crean las redes sociales para actualizar la información o las dinámicas empresariales ( <b>fundación amigo fiel en este caso</b> ) creación de contenidos interesantes, que enganchen y sean partidarios de la interacción.
<b>Datos importantes</b>	La planificación es un eje importante e inherente que se debe tener en cuenta para poder amplificar la información a un público objetivo.
<b>III. Aspectos concretos</b>	
<b>Tema principal</b>	Redes sociales y su manejo en las organizaciones.
<b>Idea principal</b>	Situar no solo los objetivos empresariales, si no, tener en cuenta los intereses generales de los receptores de la organización.
<b>Ideas secundarias</b>	El estilo narrativo en las publicaciones debe ir ligado con el manejo de las redes, con la asertividad de los contenidos y que vayan ligados con los conceptos planteados al inicio.

<b>Conclusiones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>· La empresa si sería capaz de sostener los contenidos y ampliarlos según la necesidad</li><li>· Tiempo de desarrollo de dichas redes sociales</li><li>· Contenidos concretos en las publicaciones.</li></ul>
---------------------	---

<b>Ficha bibliográfica</b>	<b>N° 2</b>	
----------------------------	-------------	--

<b>IV. Reseña bibliográfica</b>	
<b>Autor</b>	Ana Isabel Allueva Pinilla, José Luis Alejandro Marco
<b>Título del libro</b>	Aportaciones de las tecnologías como eje en el nuevo paradigma educativo.
<b>Nombre de la editorial</b>	UNE
<b>Ciudad</b>	Zaragoza, España
<b>Año de publicación</b>	2002
<b>Edición</b>	U N E, prensas de la Universidad de Zaragoza, España
<b>Número de paginas</b>	397
<b>Signatura</b>	

<b>Título del capítulo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Plataformas y entornos de aprendizaje</li> <li>· Materiales y recursos</li> <li>· Herramientas 2.0</li> <li>· Redes sociales y u-learning</li> </ul>
<b>Fecha de consulta</b>	25 de septiembre 2018
<b>Número de páginas consultadas</b>	45
<b>V. Aspectos generales</b>	
<b>Palabras claves</b>	Transformación digital, innovación tecnológica, universidades.
<b>Sinopsis</b>	La inmersión tecnología está creando constantemente nuevos roles educativos, creando espacios de transformación que implica cambios e innovación en servicios educativos y en las organizaciones.

<b>Idea general</b>	El mundo digital ha generado un cambio drástico en la forma en como vemos el mundo, esto conlleva la creación de nuevos hábitos e incluso experiencias informativas en correlación con la tecnología.
<b>Datos importantes</b>	El cambio de generaciones, creo un nuevo paradigma de educación y conlleva a las organizaciones a estar a la par de la evolución tecnológica.
<b>VI. Aspectos concretos</b>	
<b>Tema principal</b>	Las Tecnologías enfocadas en el entorno educativo y organizacional.
<b>Idea principal</b>	La conformación de nuevos modelos tecnológicos y avances en los mercados; esto lleva a las organizaciones ampliar las ideas y flexibilizar el entorno laboral, creando el aprendizaje informal y avanzado, a innovar y crear de nuevos espacios en los mercados.
<b>Ideas secundarias</b>	El orden de los contenidos dependiendo de los públicos y los objetivos de las empresas.

**Conclusiones**

A pesar de los entornos cambiantes, el mundo organizaciones se ha ido adaptando a las realidades tecnológicas. Teniendo en cuenta que estas herramientas facilitan el crecimiento y la productividad de las compañías.

<b>Ficha bibliográfica</b>	<b>N° 3</b>	
<b>I. Reseña bibliográfica</b>		
<b>Autor</b>	Mauro Fernando Quintana Lemus	
<b>Título de la tesis</b>	“Nos vemos en el Face...” análisis de la red social Facebook desde el concepto de necesidades axiológicas (TESIS DE MAESTRIA UNAL)	
<b>Nombre de la editorial</b>	Facultad de Ciencias Humanas. Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO)	
<b>Cuidad</b>	Bogotá	
<b>Año de publicación</b>	2011	
<b>Edición</b>	2011	
<b>Número de paginas</b>	86	
<b>Signatura</b>		

<b>Título del capítulo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Las TIC: problemas, necesidades y realidades</li> <li>· Las teorías</li> <li>· Desenredando la red: el proceso y los procedimientos</li> <li>· Nos vemos en Face... ¿Para qué?</li> </ul>
<b>Fecha de consulta</b>	26 de agosto 2018
<b>Número de páginas consultadas</b>	31
<b>II. Aspectos generales</b>	
<b>Palabras claves</b>	Redes sociales, TIC, Necesidades axiológicas, satisfactores sinérgicos, Facebook
<b>Sinopsis</b>	Este proyecto se enfoca en un análisis a la red social Facebook, desde varios estudios en las hipótesis de la comunicación y desde la teoría de la acción comunicativa según Habermas como nuevos medios masivos de comunicación.

<b>Idea general</b>	La plataforma Facebook es vista como una opción de recolección de información entre usuarios, aunque no fue una idea innovadora en el contexto de redes sociales, potencializó las opciones de acceso a perfiles e información colgada en la red.
<b>Datos importantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Alcanzar metas de desarrollo social (elevar estándares educativos, mejorar mecanismos de aprendizaje y elevar tales sistemas)</li> <li>• Mejorar servicios de salud y reducir la incidencia de enfermedades.</li> <li>• Fomentar el consumo de bienes culturales</li> <li>• Proporcionar herramientas para mitigar la pobreza.</li> </ul>
<b>III. Aspectos concretos</b>	
<b>Tema principal</b>	Facebook y sus aportes al sector educativo como paradigma social.
<b>Idea principal</b>	Redes sociales y desde el concepto de las necesidades axiológicas.
<b>Ideas secundarias</b>	Actitudes relacionadas con las TICS y los nuevos medios como reto para la educación.

**Conclusiones**

Las redes sociales como medio educativo.

<b>Ficha bibliográfica</b>	<b>N° 4</b>	
<b>I. Reseña bibliográfica</b>		
<b>Autor</b>	Mileidy Nataly Alvarez Ortiz	
<b>Título del libro</b>	La influencia de la red social Facebook en el lenguaje escrito de los estudiantes del grado octavo del colegio Jaime garzón de Cúcuta	
<b>Nombre de la editorial</b>	Tesis Universidad Santo Tomas/ facultad de ciencias de la educación.	
<b>Cuidad</b>	Cúcuta	
<b>Año de publicación</b>	2017	
<b>Edición</b>	Universiada Santo Tomas	
<b>Número de paginas</b>	56	
<b>Signatura</b>		
<b>Título del capítulo</b>	2.2 lenguaje en redes sociales	

<b>Fecha de consulta</b>	19 de agosto 2018
<b>Número de páginas consultadas</b>	28
<b>II. Aspectos generales</b>	
<b>Palabras claves</b>	Red social, Facebook, lenguaje escrito, modismos, escritura escolar.
<b>Sinopsis</b>	<p>“En el presente proyecto de investigación, es un estudio cualitativo de tipo interpretativo, que tiene con objetivo el analizar la escritura de los estudiantes del Colegio Jaime Garzón de Cúcuta en la red social Facebook, su relación con el lenguaje moderno y la escritura escolar. Para esto, se toman diferentes captures o tomas de fotografías de las conversaciones y publicaciones que realizan estos jóvenes en la red social ya mencionada, además de que es aplicada una encuesta de opinión tanto a los estudiantes como a dos docentes de lengua castellana, siendo uno de ellos, el docente que lleva el proceso de enseñanza- aprendizaje de los educandos”.</p>

<b>Idea general</b>	Comprender como los jóvenes adaptan formas de escritura y lenguajes en las redes sociales; cambiando los modelos de escritura convencional, además entender cómo avanzan las comunicaciones en la educación.
<b>Datos importantes</b>	“De acuerdo con los antecedentes revisados, los jóvenes son quienes más utilizan la red social Facebook, donde esta red tiene una gran aceptación en la población y que cuenta con una mayor cantidad de 20 millones de usuarios en Colombia”.
<b>III. Aspectos concretos</b>	
<b>Tema principal</b>	Facebook y los nuevos modelos de comunicación, escritura y lenguaje adaptados por los jóvenes.
<b>Idea principal</b>	Facebook es la red con mayor acogida entre los estudiantes, ya que para ellos tiene mayor facilidad de acceso, les promueve diversión y una comunicación cercana con los demás compañeros y universos que los rodean.
<b>Ideas secundarias</b>	Entender el modismo de lenguaje que manejan los jóvenes a la hora de expresarse en las redes sociales.

<b>Conclusiones</b>	Los estilos de comunicación utilizados por los jóvenes, las formas como escriben y como participan en diversos temas y los usos exagerados de guiños, emoticones y demás formas nuevas de expresión escrita.
---------------------	--

<b>Ficha bibliográfica</b>	<b>N° 5</b>	
<b>I. Reseña bibliográfica</b>		
<b>Autor</b>	Mercedes Carrizo	
<b>Título de tesis</b>	Las redes sociales como factor determinante de transgresión en la comunicación entre adolescentes El fenómeno de Facebook y su influencia	
<b>Nombre de la editorial</b>	Universidad del Salvador Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social Ciclo de Licenciatura en Periodismo	
<b>Cuidad</b>	Buenos Aires	

<b>Año de publicación</b>	2012
<b>Edición</b>	Universidad del Salvador Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social Ciclo de Licenciatura en Periodismo
<b>Número de paginas</b>	133
<b>Signatura</b>	
<b>Título del capítulo</b>	Facebook en los medios, introducción,
<b>Fecha de consulta</b>	19 de agosto 2018
<b>Número de páginas consultadas</b>	34
<b>II. Aspectos generales</b>	
<b>Palabras claves</b>	Adolescencia, transgresión, internet, web 2.0, facebook

<b>Sinopsis</b>	Como Facebook puede influenciar a los jóvenes y los peligros que tiene utilizar la web si no es usada con responsabilidad.
-----------------	--

<b>Idea general</b>	La tesis comprende varios momentos, el principal es como facebook se vuelve la red con mayor uso y como los jóvenes y adultos hacen aprovechamiento de esta. Además es la muestra de que las redes son un pequeño mundo de comunicación creado en el siglo XXI por los usuarios.
<b>Datos importantes</b>	“Según los datos oficiales proporcionados por este sitio, hoy el número de usuarios supera los 400 millones, quienes invierten cerca de 500 billones de minutos por mes utilizando esa red social. Además, el 70 por ciento de éstos vive fuera de los Estados Unidos”.
<b>III. Aspectos concretos</b>	
<b>Tema principal</b>	En otros entornos, facebook sigue siendo la red con mayor acceso y crece diariamente en usuarios y en nuevos aplicativos.

<p><b>Idea principal</b></p>	<p>En ámbitos académicos la red es vista como un impedimento para aprender, en Argentina tiene adeptos a aplicarla como método de aprendizaje.</p> <p>“La comunicación es inherentemente social, puesto que implica una relación entre, por lo menos, dos sujetos que exteriorizan –mediante codificaciones sígnicas o simbólicas- su predisposición o su voluntad para interactuar”</p>
<p><b>Ideas secundarias</b></p>	<p>El ciberespacio es visto como una ventaja de conocimiento, como una herramienta para labores periodísticas y es llamada “ecosistema informativo” ya que allí se encuentran diversas teorías de comunicación y nuevos modelos de aprendizaje.</p>
<p><b>Conclusiones</b></p>	<p>“Se finaliza este trabajo con una conclusión acerca del uso que le dan los adolescentes a Facebook y al control que deberían ejercer los padres para evitar excesos. Y se concluye con qué rol tienen los medios a la hora de divulgar noticias que tengan que ver con actos de rebeldía concretados mediante Facebook.” De esta idea parte que las redes pueden amplificar los conocimientos, usada de la forma correcta puede edificar y complementar las bases de la educación, pero por el contrario si es mal utilizada puede ser un arma de doble filo.</p>

---

Los tecnófilos, serían aquellas personas para quienes la tecnología es la parte fundamental de la existencia. De otro lado tenemos a los tecnófobos, quienes, por el contrario, afirman que la tecnología sería una especie de “trampa” en la que la humanidad ha caído ingenuamente