

**CONTENIDO DEL PÓSTER** (Documento tenido en cuenta para las memorias)

<b>Universidad</b>	Corporación Universitaria Minuto de Dios
<b>Programa Académico</b>	Comunicación Social
<b>Nombre del Semillero</b>	Laboratorio Experimental de Comunicación Alternativa (LEKA)
<b>Nombre del Grupo de Investigación (si aplica)</b>	
<b>Línea de Investigación (si aplica)</b>	Sociedad, Cultura y Comunicación
<b>Nombre del Tutor del Semillero</b>	Cesar Darío Salazar Ríos
<b>Email Tutor</b>	csalazarrio@uniminuto.edu.co
<b>Título del Proyecto</b>	Generación de nuevas estructuras narrativas discursivas enmarcadas en el campo de la comunicación alternativa.
<b>Autores del Proyecto</b>	Semillero de Investigación LEKA
<b>Ponente (1)</b>	Natalia Cuervo López
<b>Documento de Identidad</b>	1070916553
<b>Email</b>	ncuervolop1@uniminuto.edu.co
<b>Ponente (2)</b>	Andrea Carolina Londoño Osorio
<b>Documento de Identidad</b>	1053850951
<b>Email</b>	alondonooso@uniminuto.edu.co
<b>Teléfonos de Contacto</b>	3113709154 - 3207749942
<b>Nivel de formación de los estudiantes ponentes (Semestre)</b>	Ponente 1(segundo semestre) Ponente 2 (Tercer semestre)
<b>MODALIDAD</b>	<b>PÓSTER</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de Investigación</li> </ul>
<b>Área de la investigación (seleccionar una- Marque con una x)</b>	Ciencias Naturales
	Ingenierías y Tecnologías
	Ciencias Médicas y de la Salud.

	Ciencias Agrícolas
X	Ciencias Sociales
	Humanidades
	Artes, arquitectura y diseño

# **GENERACIÓN DE NUEVAS ESTRUCTURAS NARRATIVAS DISCURSIVAS ENMARCADAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.**

Laboratorio Experimental de Comunicación Alternativa (LEKA)

Andrea Carolina Londoño Osorio<sup>1</sup>

Natalia Cuervo López<sup>2</sup>

## **Resumen:**

La presente propuesta de investigación pretende realizar un acucioso análisis de las estructuras tradicionales en que se da a conocer la información, a través de los medios de comunicación, la manera en que se construyen los discursos comunicativos y se reciben por parte de los usuarios (receptores), este análisis permitirá iniciar un proceso de generación de propuestas comunicativas a través de nuevos formatos y espacios que irán en pro de la descentralización de la información y la oportunidad de presentar diferentes realidades de todo aquello que aqueja nuestro contexto, enfocándonos en la comunicación alternativa como estructura que contenga las líneas de acción sobre las cuales se pretende dar pie a esta propuesta, dichas líneas van en el orden de la radio, la producción audiovisual, la fotografía y el diseño gráfico.

## **Palabras Claves:**

Consumo y producción de información, Comunicación alternativa, prosumidores, redes sociales, Sociedad líquida.

## **Problema de Investigación:**

La historia de la humanidad ha presentado cambios significativos en el último siglo donde la sociedad ha entrado en un estado de globalización de la información gracias a las TIC. Como resultado de ello se ha dado un acelerado flujo en la red que marca una tendencia a que la información sea efímera y ubicua, y estos dos aspectos han hecho que la sociedad se adapte y transforme sus interacciones radicalmente entorno a dinámicas virtuales, entre ellas las más destacadas son las que se producen en las redes sociales como forma de expresión individual y colectiva. Este proceso que se da actualmente es de vital importancia para los medios de comunicación, pues son esas nuevas formas de interacción las que permiten que se transmita veloz y eficazmente una noticia que este en auge en ese preciso momento, pero hay que tener en cuenta que son los usuarios los que replican dicha información con sus contactos, lo que indica que las preferencias del público marcan una inclinación por cierto tipo de sucesos noticiosos, y es a

---

<sup>1</sup> Comunicación social, segundo semestre, Corporación universitaria Minuto de Dios, alondonoso@uniminuto.edu.co

<sup>2</sup> Comunicación social, Tercer semestre, Corporación universitaria Minuto de Dios, ncuervolop1@uniminuto.edu.co

eso a lo que apuntan los medios, a seducir a una audiencia potencial para que, de esa manera, ellos tomen más relevancia en el ámbito de la comunicación y se conviertan en un referente.

Un situación recurrente en el intercambio entre medio y usuario de redes sociales se presenta cuando ese poder de difusión se concentra en medios hegemónicos tradicionales de una nación, que al parecer no tienen relación entre ellos pero resultan ser elites unidas que tienden a manejar gran parte de la producción informativa, como tal las réplicas en redes sociales son controladas sin que las personas lo perciban en primera instancia, dado que manejan una estructura similar que permite que la información que entregan sea contada desde una perspectiva de la realidad que se encuentra inscrita a unos intereses que son manejados a través de la construcción misma del discurso utilizado en la redacción de la información.

Teniendo en cuenta lo anterior es pertinente generar propuestas que apunten a una descentralización de la información, es necesario emprender nuevos formatos, estructuras y formas de comunicación que cuenten la realidad desde otros discursos, y que estos sean dichos en las instancias exteriores a las de los medios hegemónicos para que así haya un empoderamiento de la palabra en beneficio de la creación de nuevas narrativas discursivas propias de una población que ve la necesidad de contar sus historias de la manera que ellos saben hacerlo.

Ante el panorama aquí descrito se hace importarse preguntarse ¿De qué manera a través de una comunicación alternativa se pueden generar nuevas estructuras narrativas discursivas que fomenten la descentralización de la información y la hegemonía de los medios tradicionales de comunicación?

### **Referente Teórico**

Zygmunt Bauman (2005), como referente teórico aporta a la investigación su pensamiento referido a la modernidad y la forma de abordarla desde "la vida líquida", donde plantea que la sociedad no es estática sino que está en constante movimiento y por ello tiene a la incertidumbre constante, debido a los cambios que el contexto ha adquirido gracias a la modernización de la vida. Su planteamiento refiere un hombre que se encuentra bajo las lógicas del consumo, y es de esta misma manera como se vende desde el mercado sus gustos, comportamientos, modas entre otros, los cuales "lo llevarán" según la sociedad a adquirir una autenticidad e individualidad, que en términos más claros no es posible, debido a la comercialización de individualidades que se vuelven a la final colectivas por la sociedad de consumo en la que estamos inmersos.

Alvin Toffler (1992), define que los prosumidores son aquellas personas que consumen lo que ellos mismos producen, esto se refiere a que en lugar de vender lo que producen lo dejan para su propio uso o el uso de otras personas cercanas a ellos.

El término Prosumidor surge en el libro de Alvin, llamado "La tercera ola" informando que en un futuro no tan lejano los consumidores reclamarían el ser escuchados para así ser partícipes en la elaboración de los servicios de muchas empresas, satisfaciendo así sus necesidades reales, llegando además a exponer sus opiniones sobre estos servicios.

## Objetivos

### OBJETIVO GENERAL

Generar nuevas estructuras narrativas discursivas enmarcadas en el campo de la comunicación alternativa.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Indagar en los medios de comunicación masiva las formas y estructuras de proponer discursos narrativos.
2. Analizar las propuestas narrativas actuales en los medios de comunicación y su incidencia en la generación de públicos y la masificación de la información
3. Proponer líneas de acción audiovisual enmarcadas en la comunicación alternativa que permitan la generación de nuevas estructuras narrativas.

### Metodología

OBJETIVO	METODOLOGÍA	RESULTADOS ESPERADOS	IMPACTOS
Generar nuevas estructuras narrativas discursivas enmarcadas en el campo de la comunicación alternativa.	Se propone inicialmente una investigación de tipo bibliográfico que permita determinar unas líneas de apoyo teórico en cuanto al discurso narrativo de los medios de comunicación y su incidencia en los receptores. Esta primera etapa se complementará con un análisis de medios y sus estructuras narrativas, análisis de recepción y de percepción. Finalmente se propondrán unas líneas temáticas de acción a partir de la radio, la	Al finalizar este proceso investigativo se espera obtener de primera mano información que permita determinar de qué manera los medios de comunicación masiva construyen sus discursos narrativos para manipular, influenciar o seducir a un público específico, entender las nuevas formas de comunicación que se proyectan desde el masificado uso de las redes sociales y poder proponer unas nuevas estructuras que apoyen esas nuevas	Se espera poder impactar inicialmente a una población estudiantil en la medida en que su proceso académico pueda pasar de lo teórico a la praxis al versen inmersos en dinámicas de investigación y producción de contenidos para medios de comunicación, y que estos a su vez generen espacios de discusión en sus grupos sociales y en la comunidad en general al ofrecer nuevas posibilidades en el consumo de medios.

	producción audiovisual, la fotografía y el diseño gráfico.	comunicaciones.	
--	--	-----------------	--

## **Bibliografía**

- BAUMAN, Zygmunt, (2005b), *Modernidad líquida*, Fondo de Cultura Económica: Argentina.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo
- MARTÍN BARBERO, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
- OROZCO, G. (1997). Medios, audiencia y mediaciones. Revista Comunicar
- TOFFLER, Alvin. (1992). La tercera ola. Ediciones nacionales, círculo de lectores. Traducción, Adolfo Martín

# GENERACIÓN DE NUEVAS ESTRUCTURAS NARRATIVAS DISCURSIVAS ENMARCADAS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.

Andrea Carolina Londoño Osorio - alondonoos@uniminuto.edu.co  
Natalia Cuervo López - ncuervolop1@uniminuto.edu.co



## Problema de investigación

La historia de la humanidad ha presentado cambios significativos en el último siglo donde la sociedad ha entrado en un estado de globalización de la información gracias a las TIC. Como resultado de ello se ha dado un acelerado flujo en la red que marca una tendencia a que la información sea efímera y ubicua, y estos dos aspectos han hecho que la sociedad se adapte y transforme sus interacciones radicalmente entorno a dinámicas virtuales, entre ellas las más destacadas son las que se producen en las redes sociales como forma de expresión individual y colectiva. Este proceso que se da actualmente es de vital importancia para los medios de comunicación, pues son esas nuevas formas de interacción las que permiten que se transmita veloz y eficazmente una noticia que este en auge en ese preciso momento, pero hay que tener en cuenta que son los usuarios los que replican dicha información con sus contactos, lo que indica que las preferencias del público marcan una inclinación por cierto tipo de sucesos noticiosos, y es a eso a lo que apuntan los medios, a seducir a una audiencia potencial para que, de esa manera, ellos tomen más relevancia en el ámbito de la comunicación y se conviertan en un referente.

Una situación recurrente en el intercambio entre medio y usuario de redes sociales se presenta cuando ese poder de difusión se concentra en medios hegemónicos tradicionales de una nación, que al parecer no tienen relación entre ellos pero resultan ser élites unidas que tienden a manejar gran parte de la producción informativa, como tal las réplicas en redes sociales son controladas sin que las personas lo perciban en primera instancia, dado que manejan una estructura similar que permite que la información que entregan sea contada desde una perspectiva de la realidad que se encuentra inscrita a unos intereses que son manejados a través de la construcción misma del discurso utilizado en la redacción de la información.



Teniendo en cuenta lo anterior es pertinente generar propuestas que apunten a una descentralización de la información, es necesario emprender nuevos formatos, estructuras y formas de comunicación que cuenten la realidad desde otros discursos, y que estos sean dichos en las instancias exteriores a las de los medios hegemónicos para que así haya un empoderamiento de la palabra en beneficio de la creación de nuevas narrativas discursivas propias de una población que ve la necesidad de contar sus historias de la manera que ellos saben hacerlo. Ante el panorama aquí descrito se hace importarse preguntarse

¿De qué manera a través de una comunicación alternativa se pueden generar nuevas estructuras narrativas discursivas que fomenten la descentralización de la información y la hegemonía de los medios tradicionales de comunicación?



## Objetivos

Objetivo general:  
Generar nuevas estructuras narrativas discursivas enmarcadas en el campo de la comunicación alternativa.

Objetivos específicos:  
1. Indagar en los medios de comunicación masiva las formas y estructuras de proponer discursos narrativos.  
2. Analizar las propuestas narrativas actuales en los medios de comunicación y su incidencia en la generación de públicos y la masificación de la información.  
3. Proponer líneas de acción audiovisual enmarcadas en la comunicación alternativa que permitan la generación de nuevas estructuras narrativas.



## Metodología

Se propone inicialmente una investigación de tipo bibliográfico que permita determinar unas líneas de apoyo teórico en cuanto al discurso narrativo de los medios de comunicación y su incidencia en los receptores. Esta primera etapa se complementará con un análisis de medios y sus estructuras narrativas, análisis de recepción y de percepción. Finalmente se propondrán unas líneas temáticas de acción a partir de la radio, la producción audiovisual, la fotografía y el diseño gráfico.

## Resultados esperados

Al finalizar este proceso investigativo se espera obtener de primera mano información que permita determinar de qué manera los medios de comunicación masiva construyen sus discursos narrativos para manipular, influenciar o seducir a un público específico, entender las nuevas formas de comunicación que se proyectan desde el masificado uso de las redes sociales y poder proponer unas nuevas estructuras que apoyen esas nuevas comunicaciones.

## Bibliografía

BAUMAN, Zygmunt. (2005b). Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica: Argentina.  
GARCÍA CANCLINI, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: Grijalbo  
MARTÍN BARBERO, J. (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.  
OROZCO, G. (1997). Medios, audiencia y mediaciones. Revista Comunicar  
TOFFLER, Alvin. (1992). La tercera ola. Ediciones nacionales, círculo de lectores. Traducción, Adolfo Martín

