



# UN MUNDO POR DESCUBRIR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y  
PUBLICIDAD

En esta edición de ÍCONO (interactivo) queremos destacar el trabajo investigativo de los estudiantes de la Facultad de Comunicación y Publicidad de la USC. A continuación Mateo Arango, Paula Zapata y Emly Cerón, nos relatan parte del trabajo.

A través de los tres trabajos presentados se evidencia la diversidad en las líneas de investigación de la Facultad, al tiempo que la pertinencia y relevancia de los procesos de investigación formativa que lidera la Dirección de Investigación de la USC, la Facultad, los programas, el Centro de Investigación de la Facultad (CISOH), los semilleros de Investigación (Análisis de Medios, AdLand y Coolhunters) y el grupo GISOHA.

Mateo Arango Córdoba

PROGRAMA ACADÉMICO:  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
SEMILLERO: COOLHUNTERS



**Análisis de la influencia de internet en las formas de consumir televisión en los jóvenes del grado once de la Institución Educativa Santo Tomás en la ciudad de Cali en el año 2019.**

**PALABRAS CLAVE:**

JÓVENES – TENDENCIAS – CONSUMO – MEDIOS – INTERNET – TELEVISIÓN – ESCOLARES – PLATAFORMAS – DIGITAL.

El ser humano siempre se ha visto en la necesidad de estar comunicado con su entorno, hace unos años era el telégrafo, teléfono fijo, luego llegó el beeper, el teléfono móvil y yendo más adelante en la línea del tiempo, aparece internet articulada a todos los dispositivos tecnológicos que durante la historia han ido haciendo que las tareas de mujeres y hombres sean más fáciles, ahorrando tiempo y acortando distancias.

Con la llegada del internet el mundo se revolucionó, la manera como nos enseñaron hacer las cosas cambió, proceso que para las nuevas generaciones no tiene mayor relevancia, puesto que nacieron en una era digital. Momento que lleva a los grandes medios a cuestionarse respecto a sus formatos tradicionales y adaptándose así a lo que el público pide, dado que son ellos los que ayudan a construir el mismo producto a través de una televisión más interactiva, son prosumers.

Teniendo en cuenta lo anterior, se planteó este proyecto de investigación que buscaba establecer por medio de un análisis a la forma en la que los adolescentes consumen televisión, de manera más específica los jóvenes de grado once de la básica secundaria de la institución educativa Santo Tomás en la ciudad de Cali; comprendiendo qué plataformas utilizan estos jóvenes para consumir televisión, conocer la influencia que internet tiene al momento de decidir desde donde se consume el producto audiovisual y poder aportar a la industria televisiva una ruta en la creación de contenidos que trascienden a estas plataformas.

Los trabajos seleccionados para esta edición han participado en Encuentros de Semilleros nacionales (AFACOM), destacándose por su relevancia y actualidad dentro del campo disciplinar.