

Como comunicarse en el siglo XXI

HIPER CONECTADOS

LUIS ARGANDOÑA EDUARDO ARRIAGADA TOMÁS POLLAK

BLOGS
Medios tradicionales y nuevos medios en el Chile 2.0



Catalonia



CONFERENCIA
EDUARDO ARRIAGADA

#TSUNAMI DIGITAL

EL NUEVO PODER DE LAS AUDIENCIAS EN LAS REDES SOCIALES

"El tsunami digital se lleva por delante a todo el que se enfrenta o al que no quiere moverse"

Eduardo Arriagada analizará las nuevas tendencias en los medios de comunicación y hará un detallado análisis de cómo el fenómeno de las redes sociales y herramientas digitales ha cambiado para siempre la forma en que los medios de comunicación tradicionales se relacionan con sus audiencias, las propias empresas con sus clientes o las personas entre sí. Además, dará referencias clave sobre cuáles serán las mecánicas de consumo y poder en este mundo hiperconectado, donde la voz de un solo individuo puede movilizar a miles.

Eduardo Arriagada, nacido en Chile, es periodista, profesor adjunto en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica y colaborador en la columna 24/7 sobre medios, redes sociales y el futuro de las buenas redacciones periodísticas.

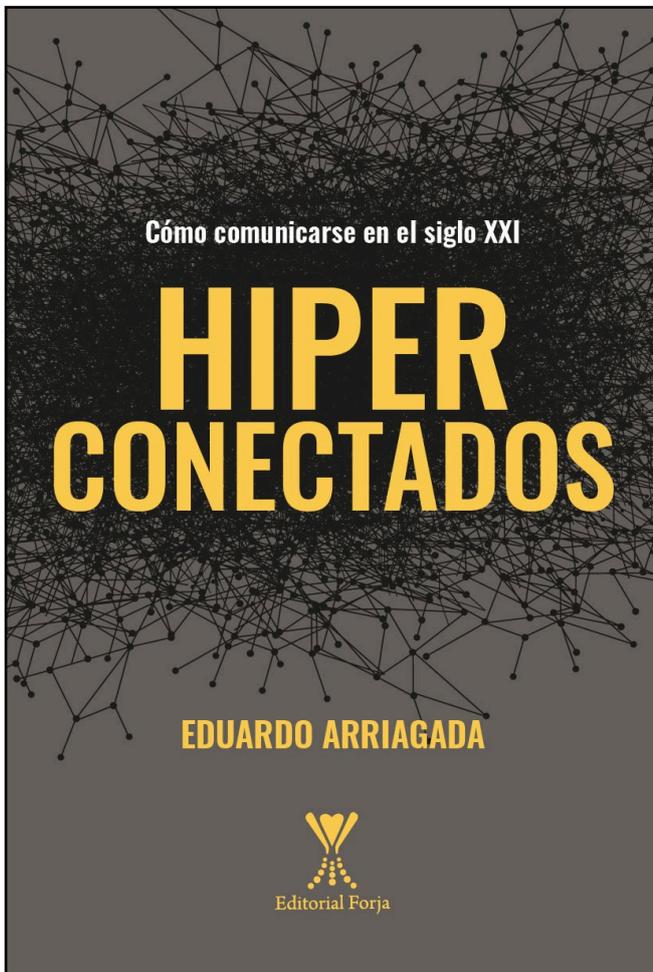


eduarriagada

Claro de Chile del Uruguay 1 Martes 17 de septiembre, 19:00 - 21:00 hrs | Entrada \$ 1.800 | Inscripciones en El Observador | Invitaciones en regalo a: 360@observador.com.uy | Copias limitadas.

EL OBSERVADOR

www.observador.com.uy



Resumen

No se trata de tecnología. Nos define el lenguaje con el que hablamos y pensamos. Lo que afecta nuestra sociabilidad nos condiciona.

Fue lento el proceso para aprovechar la imprenta y su paradigma extendido a los medios que nos dio libertad para elegir qué leer ver o escuchar entre lo que otros publicaban.

Los espectadores ahora podemos publicar. Nos incorporamos como usuarios en #conversacionespublicadas y pasamos del decir al poder explicar. El entorno de redes y móviles permite escuchar mejor, destilando el big data gracias a la Inteligencia Artificial.

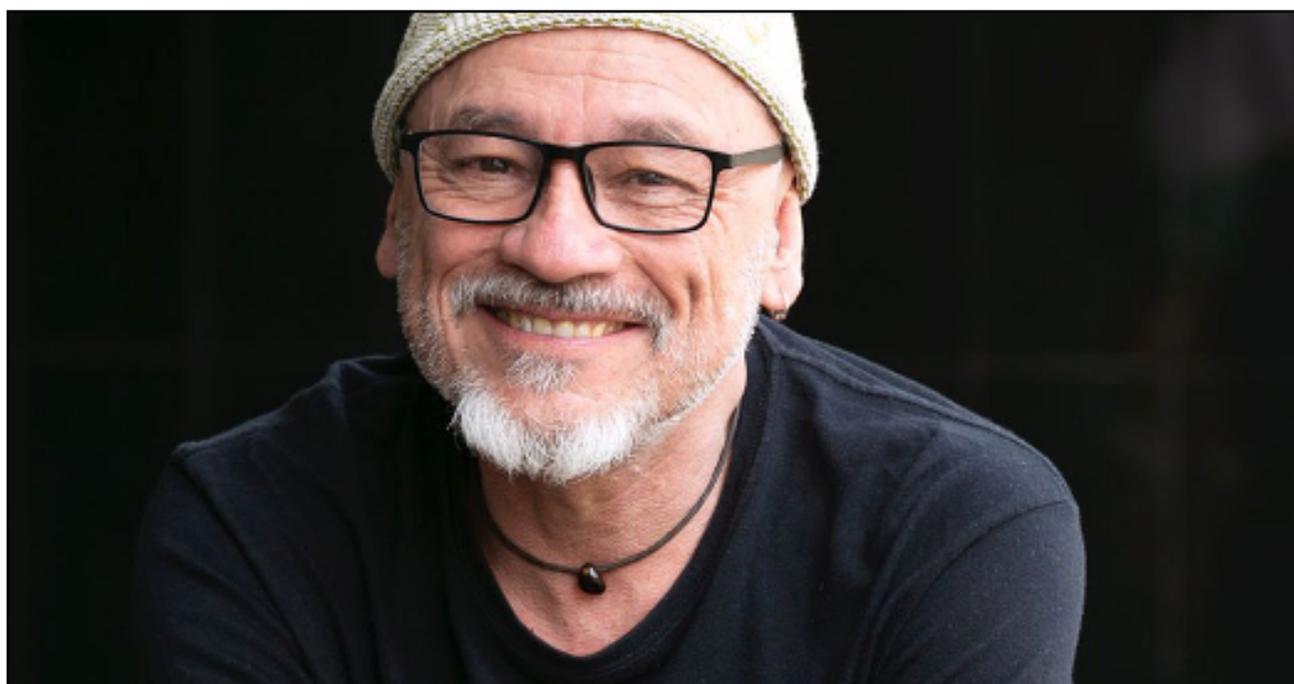


Adriana Amado, autora de "Las Metáforas del Periodismo".

“Como decía Alan Kay, tecnología es lo que no existía cuando habíamos nacido; este libro nos ayuda a recordar que el mundo tal como lo conocemos, apenas tiene décadas.

Poner en perspectiva el devenir del contexto digital se nos hace imprescindible para entender la celeridad y escala de los cambios tecnológicos y las dificultades que aún encontramos para adaptarnos a eso que no existía cuando nacimos.

Los estudios de la comunicación necesitan esta perspectiva que construye Arriagada para entender que no siempre aquellas teorías que aprendimos explican este mundo de redes en que vivimos.”



Omar Rincón, autor de "Fakecracia".

"Hiperconectados de Eduardo Arriagada nos cuenta cómo es el mundo digital que habitamos y cómo experimentamos los juegos de la intimidad, la transparencia, la política, el mercadeo, el periodismo, la comunicación. Nos da pistas para aprovechar la potencia comunicacional de las especies digitales. Y llama la atención sobre el teléfono inteligente, los algoritmos y la democracia. No es un libro de teorías, aunque está lleno de referencias; no es un texto académico, pero sirve para las clases de comunicación, periodismo y narrativas digitales; no es un manual de estilo, no obstante cuenta buenas prácticas digitales; no es un libro tecnofóbico, sin embargo, nos anuncia los peligros de nuestro entorno digital".



The image shows a screenshot of a Washington Post article. The article title is "By the end of the 2012 campaign, every Mitt Romney tweet had to be approved by 22 people". Below the title, there is a sub-headline: "(Al terminar la campaña del 2012 cada tuit de Mitt Romney debía ser aprobado por 22 personas.)". The article is categorized under "Post Politics".

ANTES DE PUBLICAR CUALQUIER COSA, LOS RESPONSABLES DE LA CUENTA MOSTRABAN EL MENSAJE A SU JEFE Y ESTE A SU JEFE RESPECTIVO, CREANDO UNA LARGA Y ENGORROSA CADENA QUE ERA CONSECUENCIA DE LA ENORME DISTANCIA JERÁRQUICA QUE HABÍA ENTRE EL RESPONSABLE DE LAS REDES RESPECTO DEL CANDIDATO. NADIE DE LA CAMPAÑA SUPO ESTO HASTA QUE DESPUÉS DE LA ELECCIÓN, VINO UN INVESTIGADOR Y REALIZÓ MÁS DE UN CENTENAR DE ENTREVISTAS A LOS INVOLUCRADOS. OCURRE MUCHAS VECES QUE LAS INSTITUCIONES CREEN QUE SUS DIFICULTADES EN LAS REDES SOCIALES SE DEBEN A LA ACCIÓN DE LOS ADVERSARIOS QUE LOS ATAÑAN, CUANDO EN REALIDAD EL GRAN PROBLEMA DE LA GESTIÓN DE ESTAS COMUNICACIONES SUELE SER CONSECUENCIA DE UNA MALA GESTIÓN INTERNA.

Eduardo Arriagada
Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes

The Washington Post

Eduardo Arriagada
Professor at the Universidad Católica in Santiago, Chile
Monday, January 12, 2015

- 9 a.m. Greg Manifold, Design Director
- 9:30 a.m. Morning news meeting
- 10 a.m. Emilio Garcia-Ruiz, Managing Editor (including Digital)
- 11 a.m. Joey Marburger, Director of Digital Products & Design
- Noon Martin Baron, Editor
- 1 p.m. Ryan Kellet, Audience Editor
Sarah Sampsel, leading strategy and design at New York
Jeremy Gilbert, Director of Strategic Initiatives
- 2 p.m. Kat Downs, Graphics Director
Alberto Cuadra, Graphic Artist
- 3 p.m. Cory Haik, Executive Producer and Senior Editor for Digital
News
Julia Beizer, Director of Mobile Product
Chris Meighan, Design Director, Tablet project
- 4 p.m. Page one news meeting

EMILIO GARCÍA RUIZ RESUMIÓ EL MAYOR APOORTE DE BEZOS EN LA ESTRATEGIA DEL DIARIO: “DE SER UNA EMPRESA (INNOVADORA) QUE SE MOVÍA CON UNA LINTERNA EN LA OSCURIDAD (BUSCANDO LA SALIDA DEL TÚNEL) PASAMOS A CONTAR CON UN LÁSER, MUY ENFOCADOS EN LO QUE APOSTAMOS. AHORA HAY UNA PREGUNTA QUE SIEMPRE NOS AYUDA A ENFOCARNOS ¿ESTO FUNCIONA EN LO MÓVIL?”

Eduardo Arriagada

Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes

THE DREAM SOCIETY



HOW THE COMING SHIFT FROM INFORMATION TO IMAGINATION WILL TRANSFORM YOUR BUSINESS

ROLF JENSEN

JENSEN DABA EJEMPLOS AL RESPECTO EN SU LIBRO, DONDE MOSTRABA QUE EN DINAMARCA LOS CONSUMIDORES PREFERÍAN LO QUE PODRÍA LLAMARSE “PRODUCTOS RETRO”: QUERÍAN CONSUMIR HUEVOS “QUE SE PRODUZCAN CON LA TECNOLOGÍA Y LOS MÉTODOS DE NUESTROS ABUELOS, A LA ANTIGUA USANZA. ESTO SIGNIFICA QUE EL HUEVO SE VUELVE MÁS CARO—PERO LOS CONSUMIDORES ESTÁN FELICES DE PAGAR ENTRE 15 Y 20 POR CIENTO MÁS—POR LA HISTORIA DETRÁS DEL HUEVO”

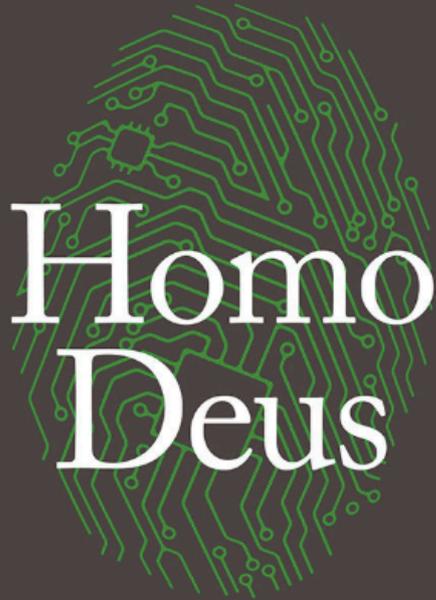
Eduardo Arriagada

Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes

Del autor de *Sapiens*

Yuval Noah Harari



Breve historia
del mañana

DEBATE

YUVAL NOAH HARARI, RESUME MUY BIEN LA RELEVANCIA DEL TEMA CUANDO RECUERDA LA CENTRALIDAD DE NUESTRA CAPACIDAD DE CONTAR HISTORIAS CONVOCANTES: “LO QUE CONFIRIÓ A HOMO SAPIENS UNA VENTAJA SOBRE LOS DEMÁS ANIMALES Y NOS CONVIRTIÓ EN LOS AMOS DEL PLANETA NO FUE NUESTRA RACIONALIDAD INDIVIDUAL, SINO NUESTRA CAPACIDAD SIN PARANGÓN DE PENSAR DE MANERA CONJUNTA EN GRUPOS NUMEROSOS”

Eduardo Arriagada

Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes

Conversaciones

COOPERATIVA
PODCAST
Otra forma de escuchar

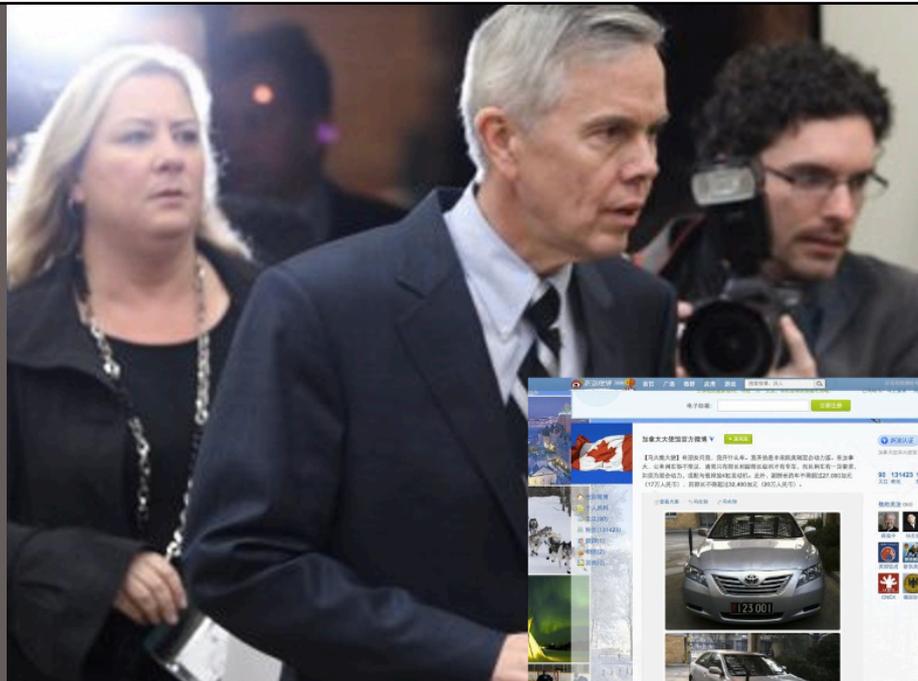
HIPER CONECTADOS

Con Verónica Franco y Eduardo Arriagada

cooperativa.cl

“Hablo
por Chile”





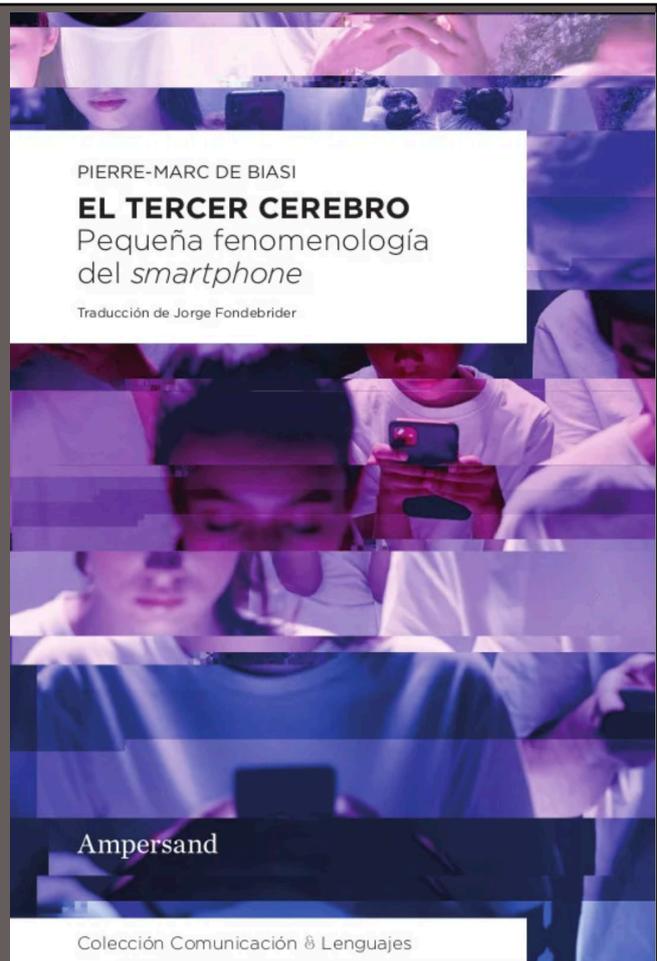
Fotos como acciones políticas.

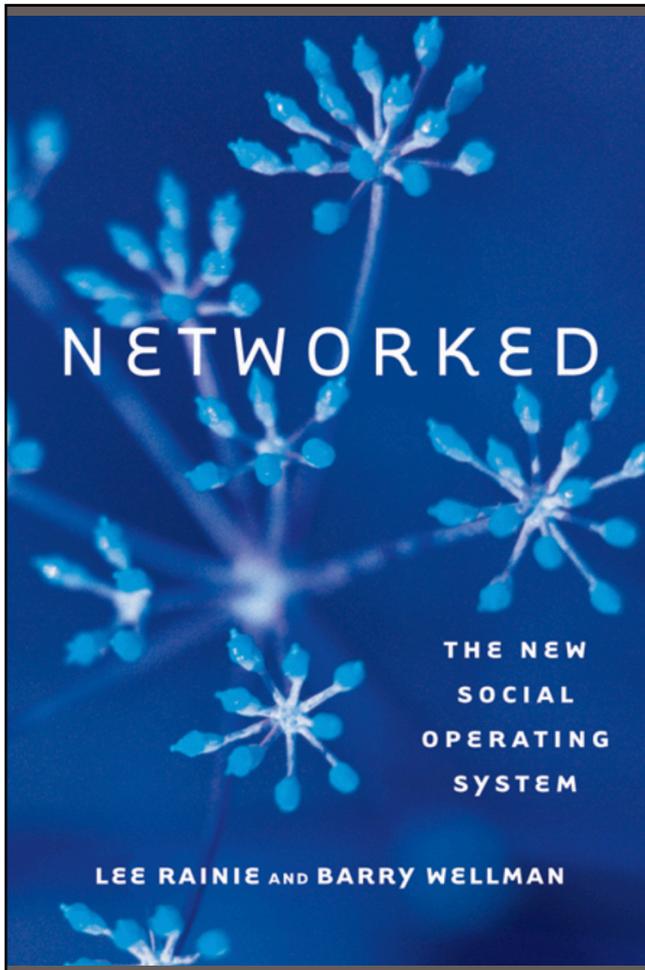
Las comunicaciones interpersonales, que se podían dar tanto cara a cara o con intermediación tecnológica, como es el caso de las conversaciones telefónicas.

Las comunicaciones masivas que circulaban a través de medios cuya tecnología permitía reproducir indefinidamente un mismo mensaje.

Cuando cualquier integrante de la audiencia tiene a mano (literalmente) un aparato conectado a la red, capaz de convertir cualquier mensaje en un producto digital que puede ser distribuido con facilidad, esa persona se hace parte del grupo de otra forma.

Entregamos esa función al dispositivo con la ilusión de despejar nuestro cerebro para que sea más eficiente durante las actividades creativas, aunque esto no está demostrado





en 2001 apenas el 30% de los encuestados por el Pew Research Center subía contenidos a la red y 10 años después, con el iPhone lanzado, dos tercios de los adultos y tres quintos de los jóvenes escribían blogs, subían fotos o videos y compartían materiales en Facebook.

...ya no solo podemos elegir qué leer, ver o escuchar en la red, sino que hoy también nuestra voz puede ser parte del infinito coro de conversaciones publicadas en ella.

BENEFICIOS

se compromete más al lector que se siente considerado como un interlocutor válido y no un simple espectador,

se facilita la comprensión de lo comunicado al darle cabida a la retroalimentación.

BENJAMÍN LABATUT

Un verdor terrible




ANAGRAMA
Narrativas hispánicas

LABATUT RECONOCE QUE LO QUE LE GUSTA A ÉL SON LAS HISTORIAS REALES, EN ESPECIAL, INVESTIGAR SOBRE EXPERIENCIAS E IDEAS QUE NO SON FÁCILES DE COMPRENDER. AL COMENTAR SU TRABAJO EN UNA ENTREVISTA RECONOCIÓ DE FORMA ANECDÓTICA QUE “YO QUIERO QUE LA GENTE QUE LEA LO QUE ESCRIBO, LUEGO PIENSE ‘ESTO NO PUEDE SER REAL’ Y LO REVISE EN UN BUSCADOR Y VEA QUE JUSTAMENTE LO APARENTEMENTE INVEROSÍMIL ES LA PARTE REAL DE LA HISTORIA. MIS TRABAJOS ESTÁN LLENOS DE FICCIÓN QUE ES LO QUE YO LE AGREGO PARA QUE SEA MÁS COMPENSIBLE LA HISTORIA”

Eduardo Arriagada

Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes

MANUEL CASTELLS

RUPTURE RUPTURE

THE CRISIS OF LIBERAL DEMOCRACY

El sujeto que ahora también conversa, recibe un trato distinto de quien le contesta. Cuando en las comunicaciones masivas era un espectador o parte de la audiencia que solo recibía un mensaje redactado para el promedio de esa masa anónima, hoy es quien participa de conversaciones uno a uno, delante del resto como un usuario activo.

AGE OF CONTEXT

Mobile, Sensors, Data and the Future of Privacy

ROBERT SCOBLE & SHEL ISRAEL

Foreword by Marc Benioff



las redes sociales son un canal bidireccional, y si solo se envían mensajes, es como usar un teléfono solo para hablar, no para escuchar

La aptitud de ser conversacional

En el entorno emergente, la clave está en esa aptitud de ciertos usuarios de distribuir mejor el mensaje, aprovechando la complejidad de las redes y la viralidad que esta ofrece.

Al enfocar nuestra atención en las herramientas (celulares o redes sociales) olvidamos que lo importante no es el aparato, sino las personas con las que nos estamos comunicando. En efecto, podemos afirmar que lo relevante pasa entre las personas.

Buenas conversaciones

**solo el siete por ciento de la comunicación humana tiene lugar en el ámbito verbal. El timbre, el volumen y otros tonos vocales suponen un 38 por ciento de la expresividad, mientras que los movimientos corporales, como los gestos o las expresiones faciales, suponen un formidable 55 por ciento”
Rushkoff**

lo que en ellas sucedía era un intercambio de ruidos a los que (tanto nosotros como los que nos oyen) les damos un significado

**Las palabras
correctas en el
momento
adecuado pueden
literalmente
cambiar la historia**

Mark Thompson

**Escuchar a
personas
molestas**





FACULTAD DE COMUNICACIONES
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

DIPLOMADOS Y MAESTRÍAS te invitan a:

HERRAMIENTAS PARA TIEMPOS DE CRISIS

Encuentros de Comunicación

"LAS ESPECIES QUE SOBREVIVEN NO SON LAS MÁS FUERTES, SINO LAS QUE SE SABEN ADAPTAR"

Quinta sesión:
"Cómo superar una crisis social en tiempos de redes y móviles"

miércoles 20 de mayo a las 11:30 horas

MODERA

Eduardo Arriagada
Decano Facultad de Comunicaciones UC y profesor del Diplomado en Comunicación Política

EXPOSITORES



DANIEL INNERARITY
Catedrático de Filosofía política y social en la Universidad del País Vasco y profesor en el Instituto Universitario Europeo en Florencia. Además es director del Instituto de Gobernanza Democrática.



MANUEL TRAJTENBERG
PhD de la Universidad de Harvard, Profesor de Economía de la Universidad de Tel Aviv. Fue encargado de la Comisión Independiente para el estallido social de Israel el 2011.

comunicaciones.uc.cl

Media Partner: 

Con el apoyo de: 

Reserva la fecha y súmate a la transmisión en línea!

- Diplomado en Comunicación Corporativa
- Diplomado en Comunicación Política
- Diplomado en Producción Ejecutiva Audiovisual
- Diplomado en Redes Sociales
- Diplomado en Periodismo Digital

- Diplomado en Periodismo Económico (en alianza con la Aipef)
- Diplomado en Comunicación Interna
- Diplomado en Marketing y Publicidad
- Diplomado en Experiencia de Usuario
- Diplomado en Contingencia de Proyectos Pùblicos-Privados
- Diplomado en Antropología y Creación Audiovisual

- Magister en Periodismo Escrito (en alianza con El Mercurio)
- Magister en Comunicación Estratégica
- Magister en Comunicación Social
- magister en Comunicación y Educación

TRAJTENBERG NOS EXPLICÓ EN LA UNIVERSIDAD QUE “NO FUE UN SECO TRABAJO ACADÉMICO SINO UN CUIDADO PROCESO DE ESCUCHA Y TRANSMISIÓN DE SUS DEMANDAS AL GOBIERNO” QUE EXIGIÓ “TRADUCIR EL CLAMOR DE LOS JÓVENES A UN LENGUAJE QUE EL GOBIERNO Y LA CLASE POLÍTICA PUDIERA TANTO ENTENDER CÓMO HACER ALGO AL RESPECTO”

Eduardo Arriagada

Hiperconectados: Cómo comunicarse en el siglo XXI

#kindlequotes



la clave de una conversación cuyo objetivo era mediar, pasaba por dedicarle mucho tiempo a escuchar a las personas que estaban molestas

mediación: proceso de escuchar problemas y convertirlos en una propuesta de acuerdos que contente a los molestos y que pueda ser aceptada por el gobierno.



"La aplicación del informe reducirá el costo de vida, bajará los impuestos, impulsará los ingresos y hará la vivienda más asequible"

El centro Nansen llama "diálogo" al tipo de conversación necesaria cuando se está frente a partes que queriendo negociar todavía tienen posiciones tan polarizadas que se sienten incapacitadas de hacerlo de hacerlo.



incluye además la necesidad de hacerle preguntas a las personas con las que inicialmente no nos sentimos capaces siquiera de negociar, por lo tanto, la realización de esas preguntas pasa por hacerlo desde una actitud de humildad.

una de las peculiaridades del diálogo es que se recomienda hacerlo sin un objetivo inmediato de resultados.





"En 1978, Winograd conoció a Fernando Flores y su vida cambió. Flores tenía ese efecto en las personas" (Fischer, 2017).

para alcanzar una buena conversación, hay que entender que se debe reemplazar la preeminencia de la información que esta contiene...

En resumen, su uso aclaraba si lo que estábamos expresando en las conversaciones era un pedido, una oferta o una respuesta a esas opciones.

Bajo esta mirada, se entiende que en una conversación yo puedo ofrecer algo que no existe, o sea, hacer una promesa. Al hacerlo, estoy permitiendo que con el cumplimiento de esa promesa yo construya mi identidad, honrando mi palabra.