

**Datos Generales**

<b>Proyecto</b>	POLARIZACIÓN EN EL CONFLICTO ARMADO INTERNO COLOMBIANO A TRAVÉS DE LAS SOCIAL MEDIA.		
<b>Estado</b>	INACTIVO		
<b>Semillero</b>	UNIAUTONOMA		
<b>Área del Proyecto</b>	Ciencias Sociales	<b>Subárea del Proyecto</b>	Comunicación
<b>Tipo de Proyecto</b>	Proyecto de Investigación	<b>Subtipo de Proyecto</b>	Investigación en Curso
<b>Grado</b>	pregrado	<b>Programa Académico</b>	RTV
<b>Email</b>	semilleros@uac.edu.co	<b>Teléfono</b>	3671247

**Información específica****Introducción**

LAS SOCIAL MEDIA HAN REVOLUCIONADO NUESTRA SOCIEDAD COLOMBIANA, SE HA CONVERTIDO EN EL MEDIO DE PROPAGACIÓN MÁS EFECTIVO EN LA ACTUALIDAD, DECIDIMOS INVESTIGAR LA MANERA EN QUE ÉSTAS -LAS SOCIAL MEDIA- PUEDEN POLARIZAR DENTRO DEL CONTEXTO DEL CONFLICTO ARMADO INTERNO COLOMBIANO, FOCALIZANDONOS EN LA CAMPAÑA SOY CAPAZ.

**Planteamiento**

DURANTE 56 AÑOS EN COLOMBIA SE HA SUFRIDO DE UN CONFLICTO ARMADO INTERNO ENTRE LAS FARC Y EL EJÉRCITO NACIONAL. EL PRESIDENTE JUAN MANUEL SANTOS A DECIDIDO INICIAR DIÁLOGOS DE PAZ PARA PROMOVER UN CESE AL FUEGO DEFINITIVO, DENTRO DEL MARCO DE ESTE PROCESO DE PAZ SURGIÓ UNA CAMPAÑA PARA POLARIZAR EN CONTRA DE LA GUERRA, EL SELLO DE ÉSTA CAMPAÑA FUE "SOY CAPAZ". ESTA INVESTIGACIÓN EN CURSO BUSCA AHONDAR EN LOS EFECTOS QUE LAS SOCIAL MEDIA TIENEN EN NUESTRA SOCIEDAD DURANTE EL CASO ESPECÍFICO DE LA CAMPAÑA MEDIÁTICA SOY CAPAZ.

**Objetivo General**

DEMOSTRAR EFECTOS DE POLARIZACIÓN CONTRA LA GUERRA A TRAVÉS DE LAS SOCIAL MEDIA.

**Objetivos Específicos**

ESTUDIAR ROLL DE LAS ESTRATEGIAS MEDIATICAS DENTRO DE NUESTRA SOCIEDAD. - ANALIZAR INFLUENCIA PERMISIVA EN LA SOCIEDAD POR MEDIO DE LAS SOCIAL MEDIA. - PROFUNDIZAR EN LA ESTRATEGIA MEDIATICA CAMPAÑA SOY CAPAZ.

**Referente**

METODOLOGIA DE ANALISIS DE CONTENIDO TEORIA Y PRACTICA KLAUS KRIPPENDORFF, IGARTUA Y CARLOS ARCILA.

**Metodología**

ANÁLISIS DE DOCUMENTOS E INVESTIGACIONES INTERNACIONALES SOBRE MEDIOS Y PAZ, Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE PAZ. - ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA MEDIÁTICA SOY CAPAZ CON BASE EN DOCUMENTOS DE PRENSA, INTERNET, Y ENTREVISTAS.

**Resultados Esperados**

LOS RESULTADOS QUE HAN SIDO REFLEJADOS HASTA EL MOMENTO ES EL RECONOCIMIENTO DE LA INFLUENCIA QUE LAS SOCIAL MEDIA TIENEN EN NUESTRA SOCIEDAD, LA MANERA EN QUE LAS PERSONAS SE DEJAN ESTIMULAR POR SU ENTORNO.

**Conclusiones**

AL SER UNA INVESTIGACIÓN EN CURSO AÚN NO PODEMOS REALIZAR CONCLUSIONES CONCRETAS.

**Bibliografía**

-Marashi Ibrahim y Keskin Aysegul. 2008. Reconciliation and dilemmas in Post-Ba'atist Iraq: Truth commissions, media and ethno-sectarian conflicts. *Mediterranean Politics* 13(2): 243 - 259. Angie, A. D., Davis, J. L., Allen, M. T., Byrne, C. L., Ruark, G., Cunningham, C. B., Hong, T. S., Bernard, D., Hughes, M., Connelly, M. S., & Mumford, M. D. 2011. Studying ideological groups online: Identification and assessment of risk factors for violence. *Journal of Applied Social Psychology*, 41, 627-657. Baum, Matthew A. y Groeling, Tim. 2008. New Media and the Polarization of American Political Discourse. *Political Communication*, 25, 345-365. Vanguardia . (2014, Septiembre 8). Colombia a Definir si es Capaz de Pactar la Paz. Bogotá: Vanguardia. <http://www.vanguardia.com/actualidad/colombia/277544-colombia-a-definir-si-es-capaz-de-pactar-la-paz>  
<http://www.semana.com/opinion/articulo/daniel-samper-ospina-soy-capaz-de-apoyar-soy-capaz/403419-3>  
<http://www.eldespectador.com/noticias/nacional/soy-capaz-empresas-colombia-lanzan-campana-reconciliaci-articulo-515387>  
<http://www.larepublica.co/empresas-que-hacen-cambios-de-imagen-y-que-se-unen-%E2%80%98soy-capaz%E2%80%99-165781>  
<http://www.uac.edu.co/facultades/itemlist/tag/soy%20capaz.html>  
<http://www.razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7971-la-campa%C3%B1a-%E2%80%9Csoy-capaz%E2%80%9D-y-el-proceso-de-construcci%C3%B3n-de-la-paz.html>  
<http://www.eltiempo.com/politica/proceso-de-paz/del-dicho-al-hecho-en-la-campa%C3%B1a-soy-capaz/14762936>

**Integrantes**

¡Actualmente no existen integrantes para este proyecto!

**Instituciones**

<b>NIT</b>	<b>Institución</b>
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE