



Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red

Cátedra UNESCO de comunicación



IV. INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA

Usos y competencias de las TIC en estudiantes de Comunicación Social en Norte de Santander

Juan Camilo López Rojas

Estudiante de cuarto semestre de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander.
juancamilolr@ufps.edu.co

Luisa María Correa Ramírez

Estudiante de tercer semestre de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander.
luisamariacorraa1@hotmail.com

Carolina García Pino

Magíster en Estudios Sociales y Culturales. Especialista en Práctica Pedagógica Universitaria. Especialista en Administración de la Tecnología Educativa. Comunicadora social. Docente de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta.
carolinagp@ufps.edu.co

Resumen

El uso de las tecnologías de información y comunicación se plantea como una tarea ineludible para los comunicadores sociales del siglo XXI, pero, ¿logra la academia desarrollar estas competencias? Para dar respuesta a esta interrogante, se tomó como población de estudio los estudiantes de Comunicación Social de séptimo y octavo semestres de cuatro programas ofertados en Norte de Santander; a saber: Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) Ocaña, la UFPS Cúcuta, la Universidad de Pamplona Villa del Rosario y la Universidad de Pamplona sede Pamplona. Para ello se diseñó una encuesta con 80 preguntas que abordaban el uso de herramientas específicas para edición de audio, video, texto y fotografía; creación de páginas web, blogs y redes sociales, instrumento que fue respondido por 105 estudiantes, lo que permitió conocer su nivel de dominio, uso y competencias éticas, investigativas y competencias profesionales. Los resultados evidencian un bajo nivel de uso y conocimiento de las TIC, así como de sus usos estratégicos en la comunicación digital. El principal reto para la academia será promover una cultura de actualización permanente para lograr el aprendizaje autónomo y ofertar tales espacios, con el fin de asegurar que sus egresados respondan a los requerimientos del mercado.

Palabras clave: *usos TIC, competencias TIC, comunicador social.*

Introducción

Las tecnologías de la información y la comunicación así como las herramientas necesarias para la producción de contenidos comunicativos han evolucionado en los últimos años, mejorando el ejercicio periodístico pero generando todo un campo del saber que presenta retos a los profesionales del campo.

En el caso de los comunicadores sociales en formación, esto ha implicado formarse en el uso de entornos digitales, donde se requiere el manejo de estructuras textuales no secuenciales y los diferentes medios convergen para permitir que los usuarios elaboren sus propios contenidos e interactúen en la red.

Esta investigación de carácter cuantitativo se dirigió a los estudiantes de Comunicación Social de 4 Universidades de Norte de Santander, cursantes de séptimo y octavo semestre; con la única condición que no estuvieran haciendo sus prácticas. Las Universidades que fueron objeto de investigación fueron: Universidad de Pamplona, Pamplona y su sede en Villa del Rosario; la Universidad Francisco de Paula Santander en Cúcuta y su sede en Ocaña.

Tabla 1: Población

Universidad	Estudiantes
UFPS Cúcuta	26
UFPS Ocaña	43
Universidad de Pamplona – Sede Pamplona	18
Universidad de Pamplona – Sede Villa del Rosario	18
Total	105

La herramienta de recolección información fue una encuesta, diseñada después de revisar 50 antecedentes sobre el tema, en especial se retomó a (Grandío-Perez, 2015) y (Arras, Torres y García, 2011). Además de ello, se consultó a varios profesionales cuáles herramientas empleaban en su ejercicio profesional, lo que permitió elaborar un listado de herramientas para la encuesta.

Para el diseño de las preguntas se contó con el acompañamiento de profesionales en Comunicación, para validar teóricamente el instrumento, una vez preparado el primer borrador se realizó la encuesta piloto con estudiantes de cuarto semestre en la Universidad Francisco de Paula Santander (Cúcuta), gracias a este ejercicio previo se reformaron y añadieron algunas preguntas.

La encuesta contó con 5 segmentos distribuidos así (1) el uso que se les dan a diferentes plataformas Web, (2) el nivel de dominio frente a herramientas de edición de audio, video, imagen, texto; (3) razones para aprender o no sobre esta temática, (4) nivel de conocimiento sobre las funciones comunicativas de las plataformas web, este segmento incluía una sección de preguntas abiertas para evidenciar el conocimiento sobre la herramienta, (5) competencias éticas, investigativas y profesionales asociadas al uso de las herramientas y plataformas digitales. Finalmente todas las encuestas fueron tabuladas empleando una plantilla de Excel, cuyo análisis se presenta a continuación.

Resultados y discusión

Las herramientas digitales y plataformas web han logrado posicionarse como esenciales en el ejercicio de muchos profesionales debido a que facilitan el desarrollo de labores académicas, laborales y sociales. Se indagó por el uso de herramientas y plataformas en estudiantes de Comunicación Social considerando que en su vida laboral es indispensable el manejo de tales entornos y herramientas, en el fondo buscamos conocer ¿Qué tan preparados están para el contexto laboral?

El primer segmento de preguntas abordó el uso que se da a las plataformas web, encontrando que en promedio el 48% de los comunicadores en formación desconocen las plataformas para la creación de páginas web, como Flickr, Pinteret, Wix y Jimdo, siendo Jimdo y Flickr las menos conocidas. El 32% conoce, pero no utiliza herramientas como twitter, Flickr, Pinterest, Wix, Wordpress, Blogger y Jimdo. Solo 9% indicó no saber usar la herramienta Pinterest y 7% Flickr y Wordpress. Para fines sociales las redes más usadas Facebook con 81%, Instagram con 79%, YouTube con 65% y Twitter con 45%.

Tabla 2: Uso de la web 2.0

	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Flickr	Pinterest	Wix	Wordpress	Blogger	Jimdo
No la conozco	2%	5%	5%	5%	48%	41%	45%	22%	10%	58%
La conozco, pero no la uso	45%	34%	10%	4%	31%	35%	28%	26%	36%	15%
No sé usarla	0%	1%	1%	1%	7%	9%	2%	7%	3%	2%
La uso con fines sociales	81%	45%	79%	65%	6%	9%	2%	2%	6%	3%
La uso con fines académicos	11%	10%	2%	24%	7%	4%	18%	38%	40%	19%
La uso con fines laborales	2%	5%	4%	2%	2%	3%	6%	6%	5%	3%
total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Si bien la evidente inclinación al uso de las redes sociales no es sorprendente, no deja de ser problemática al compararse con el oficio propio de un Comunicador pues como es claro conocer una herramienta no implica saber utilizarla con fines laborales y es aquí donde se encuentra la falencia, los comunicadores no perciben sus redes sociales como plataformas laborales o escenarios en los cuáles crean una marca sobre sí mismos.

Las redes sociales son utilizadas para fines sociales en un 67% mientras que se utiliza en un 12% para fines académicos y sólo en un 3% para acciones laborales, otra conclusión posible está en que los docentes no motivan el uso de las herramientas o las emplean solo para difundir información lo que hace que sus fines en comunicación estratégica no sean percibidos.

Un panorama similar se presentó en Apartado, Antioquía: “los estudiantes valoran las posibilidades que ofrece el Internet, pero no lo utilizan para apoyar sus procesos de aprendizaje, lo hacen para chatear o comunicarse a través del correo, siendo estas opciones mínimas ofrecidas por la red” (Pineda y Garcia, 2010).

Tabla 3: Herramientas para la edición de imágenes

	Corel	Photoshop	Illustrator	Lighthouse	Pixelmator	Inkscape	Polarr
No sé usarla	14,3 %	16,2%	42,9%	80,0%	83,8%	87,6%	87,6%
Nivel bajo	13,3%	21,9%	18,1%	10,5%	10,5%	10,5%	9,5%
Nivel medio	32,4%	33,3%	20,0%	6,7%	4,8%	1,9%	1,9%
Nivel alto	32,4%	20,0%	17,1%	2,9%	1,0%	0,0%	1,0%
Experto	7,6%	8,6%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Total:	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Las herramientas de Corel, Photoshop, Illustrator, Lighthouse, Pixelmator, Inkscape y Polar Fueron las escogidas como herramientas más utilizadas por los profesionales en el área de Comunicación. Los resultados en esta sección muestran que en promedio 58,9% de los estudiantes indican no saber usar estas herramientas, solo 2,6% indicó a haber logrado un dominio experto, especialmente en Photoshop (8,6%), Corel (7,6%) e Illustrator (1,9%).

Tabla 4 Herramientas para la edición de video

	Affter Effects	Adobe Premiere pro	Sony Vegas	Final Cut	Movica
No se usarla	58,1%	35,2%	51,4%	67,6%	79,0%
Nivel bajo	14,3%	12,4%	16,2%	11,4%	12,4%
Nivel medio	22,9%	21,9%	8,6%	7,6%	4,8%
Bueno	3,8%	21,0%	17,1%	11,4%	1,0%
Experto	1,0%	9,5%	6,7%	1,9%	2,9%
Total:	100	100	100	100	100

Los niveles bueno (4) y experto (5) fueron alcanzados en promedio por el 13% de los estudiantes en las herramientas de Affter Effects, Adobe Premiere Pro, Sony Vegas, Final Cuta y Movica, mientras que 58% no sabe usarlas; 26% de los estudiantes se encuentra en un nivel medio y bajo en este segmento.

El mayor índice de experticia dentro de estas herramientas fue encontrado en Adobe Premier Pro con un 9,5%, la segunda herramienta con mayor índice de manejo experto es Sony Vegas con un 6,7%.

Los niveles bueno (4) y experto (5) fueron alcanzados en promedio por el 13 % de los estudiantes en las herramientas de Aftter Effects, Adobe Premiere Pro, Sony Vegas, Final Cuta y Movica, mientras que 58% no sabe usarlas; 26 % de los estudiantes se encuentra en un nivel medio y bajo en este segmento.

El mayor índice de experticia dentro de estas herramientas fue encontrado en Adobe Premier Pro con un 9,5%, la segunda herramienta con mayor índice de manejo experto es Sony Vegas con un 6,7%.

Tabla 4: Dominio de plataformas web de almacenamiento y trabajo colaborativo

	Dropbox	Google Drive	OneDrive
No se usarla	31,4%	13,3%	21,0%
Nivel bajo	10,5%	9,5%	11,4%
Nivel medio	17,1%	21,9%	21,9%
Bueno	22,9%	27,6%	25,7%
Experto	18,1%	27,6%	20,0%
	100%	100%	100%

En promedio 22 % de los estudiantes alcanza un nivel experto en el uso de herramientas de almacenamiento virtual y trabajo colaborativo, un porcentaje similar no sabe usarlas, lo que deja al 39 % en un nivel medio y alto. Este nivel de uso se coincide con el uso que hacen docentes y estudiantes de las herramientas virtuales para compartir y difundir información, promover el trabajo colaborativo y trabajar en línea.

Tabla 5: Dominio de herramientas de edición de audio

	Audacity	Sound Editor	Adobe Audición	Musical sktech pad
No se usarla	58,1%	57,1%	20,0%	75,2%
Nivel bajo	13,3%	16,2%	6,7%	15,2%
Nivel medio	13,3%	13,3%	16,2%	6,7%
Bueno	6,7%	9,5%	31,4%	1,0%
Experto	8,6%	3,8%	25,7%	1,9%
	100%	100%	100%	100%

Respecto a las herramientas de audio, se encontró que los niveles alto y experto fueron alcanzados por un promedio de 22 % de los estudiantes, frente al 53 % que no saben usar las herramientas básicas de edición de audio; mientras tanto en promedio 25 % se encuentra en nivel bajo y medio de uso.

Tabla 6: Dominio de herramientas para el diseño de presentaciones

	Prezi	PowerPoint	PowToon	Infografias
No se usarla	13,3%	9,5%	32,4%	23,8%
Nivel bajo	4,8%	1,0%	13,3%	12,4%
Nivel medio	24,8%	10,5%	19,0%	21,0%
Bueno	30,5%	28,6%	21,0%	21,9%
Experto	26,7%	50,5%	14,3%	21,0%
	100%	100%	100%	100%

Dentro de la parrilla de herramientas Power Point se encuentra en primer lugar en cuanto a la experticia de los alumnos al manejarla logrando un 50% de estudiantes que indican un nivel experto. Prezi cuenta con un 26% en nivel experto y Powtoon sólo con 14%, siendo a su vez la menos conocida y utilizada.

En promedio solo 20 % no saben usarlas, 58 % alcanza un nivel alto y experto, 27 % tiene un nivel bajo y medio. En estas herramientas se lograron altos niveles lo que indica que son usadas en el aula, queda la tarea a los maestros promover el uso de herramientas digitales en red y de trabajo colaborativo o que puedan ser reproducidas en redes de conocimiento, más allá de la producción de contenidos para el trabajo de aula.

Tabla 7: Dominio en el uso de cámaras

	Cámara fotográfica	Cámara de vídeo	Smartphone
No se usarla	2,9%	4,8%	7,6%
Nivel bajo	3,8%	7,6%	3,8%
Nivel medio	22,9%	21,0%	8,6%
Bueno	26,7%	28,6%	20,0%
Experto	43,8%	38,1%	60,05
	100%	100%	100%

En estos resultados se puede evidenciar el mayor nivel de dominio que en el resto de herramientas, de los resultados promediados que se pueden resaltar que en promedio solo el 5% de los estudiantes no sabe usar las cámaras de video, fotografía y el Smartphone, 47% considera que las maneja en nivel experto y un 43% de manejo medio y alto. Se evidencia entonces, que en el trabajo de aula en asignaturas de fotografía y televisión, los docentes hacen énfasis en el manejo del equipo y sus aspectos técnicos, no tanto en herramientas de edición como se pudo ver en segmentos anteriores, queda por determinar si esta falencia en la edición corresponde a un sesgo del docente o a ausencia de equipos en las universidades.

¿Por qué conoce o desconoce las herramientas?

Para profundizar en las razones que llevan a un estudiante a no reforzar sus saberes en el área de herramientas y plataformas digitales, se preguntó por las principales razones de tal conducta, encontrando que 34% de los estudiantes dicen no tener acceso a las herramientas, 14% indica que no requieren de esta herramienta en su ejercicio académico/profesional; un 38% reflejan que es por falta de formación académica y un 14% no se encuentran interesados.

Quiénes si conocen y usan las herramientas indican que lo hacen porque son autodidactas (15%), otro 27% señaló que ha recibido información por parte de la academia acerca de la existencia y manejo básico de las mismas; a un 20% les gusta mantenerse actualizado en el uso de las herramientas comunicativas y un 38% afirma que las emplea porque las requiere en su ejercicio académico/profesional.

Es preocupante en quienes indican un bajo uso que 38% reflejen la falta de formación académica en las Universidades, (Guisao, 2011)) manifiesta que: “Es crucial que en las IES se de relevancia a la formación

en el uso de las TIC y en competencias tecnológicas, puesto que son las indicadas para propiciar la apropiación, reflexión, e interpretación de la cambiante sociedad del conocimiento” (p.61)

Es evidente que las instituciones tienen un papel fundamental a la hora de señalar u orientar a los estudiantes en el conocimiento y uso de diferentes herramientas y plataformas que sean de utilidad para el desarrollo de su labor en lo académico y profesional.

En resumen, frente al dominio de las diferentes herramientas aquí reseñadas, se encontró que en promedio 44,3% de los estudiantes encuestados indican no saber utilizar las herramientas, mientras solo el 15,4% alcanzan un nivel de experticia en las diferentes herramientas.

Como se evidenció con los promedios anteriores, solo 15 % de los futuros comunicadores de la región está realmente preparado para este reto.

Dominio de las funciones comunicativas que ofrecen las plataformas digitales

En esta sección se preguntó a los estudiantes por su conocimiento de funciones comunicativas de las plataformas digitales, haciendo una escala, en primer lugar si conocían las funciones, en segundo si las conocían y sabían usar, si dominaban la elaboración de productos comunicativos para tales plataformas y finalmente si sabían evaluar el impacto de estrategias comunicativas en plataformas digitales.

Tabla 8: Dominio de funciones comunicativas de las plataformas digitales

Dominio de funciones comunicativas										
categoria	Facebook	Twitter	Instagram	Youtube	Flickr	Pinterest	Wix	Wordpress	Blogger	Jimdo
Desconozco sus funciones comunicativas	6%	15%	9%	7%	61%	62%	51%	30%	25%	57%
Identifico sus funciones comunicativas, pero no se usarlas	8%	30%	29%	21%	28%	25%	25%	32%	28%	26%
Conozco y se usar algunas de sus funciones comunicativas básicas	47%	31%	34%	33%	6%	6%	10%	22%	32%	10%
Domino la herramienta para la elaboración productos comunicativos	29%	19%	26%	31%	6%	7%	11%	14%	14%	6%
Domino su uso para evaluar el impacto de las estrategias comunicativas	11%	4%	3%	8%	0%	1%	2%	2%	1%	2%
Total	1005	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ceros	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

En primer lugar se halla un gran desconocimiento de las funciones comunicativas de las herramientas que sirven para el diseño de blogs y páginas web, ubicando las redes sociales como las más conocidas, aunque esto no implica que se identifiquen claramente sus funciones comunicativas como es el caso de Twitter e Instagram.

Facebook y Youtube son las plataformas que los jóvenes más conocen y saben usar, pero en promedio solo 30% indica dominarla para elaborar productos comunicativos.

Los resultados más desfavorables se encuentran en la evaluación de estrategias comunicativas, aun cuando las plataformas cuentan con funciones de medición y estadísticas de seguimiento de las publicaciones, visitas, me gusta y comentarios, solo 11 % de los estudiantes domina su uso (en el caso de Facebook) seguida de YouTube con un 8%.

Competencias éticas, investigativas y profesionales

En cuanto a competencias éticas, investigativas y profesionales, se logró una tasa de respuesta del 93 %, por lo que los siguientes promedios se elaboraron a partir de 98 respuestas.

Tabla 9: Competencias éticas

Competencias Éticas	SI	NO
Asumo una actitud responsable ante la propia identidad online/offline y de los demás	90,8%	9,2 %
Evalúo la calidad, pertinencia y veracidad de la información disponible en internet	82,7%	17,3 %
Analizo los riesgos y potencialidades de publicar y compartir información a través de Internet.	90,8%	9,2 %
Promuevo comunicaciones asertivas y respetuosas en la web	82,7%	17,3 %
Utilizo la información disponible en Internet con una actitud crítica y reflexiva.	87,8%	12,2 %
Aplico las normas de propiedad intelectual y licenciamiento existentes, referentes al uso de información ajena y propia.	77,6%	22,4 %

La principal debilidad en la formación ética de los comunicadores se encuentra en el manejo de información con relación a los derechos de autor y propiedad intelectual, lo que coincide con los problemas evidenciados alrededor del mundo con las normas APA, la citación de textos y la originalidad en la producción de contenidos.

90,8 % analiza los riesgos y potencialidades de publicar y compartir información a través de Internet y 87,8 % utiliza la información de manera crítica y responsable, aunque presentan debilidades en el evaluación de la calidad, pertinencia y veracidad de la información, lo que lleva a compartir información poco confiable.

Es contradictorio que los comunicadores indican en un 90 % ser responsables frente al manejo de su identidad On line y Off line, pero emplean un lenguaje agresivo en la web (17 %) reiterando un hallazgo anterior al no emplear sus redes sociales como espacio para crear una identidad de sí mismos como marca.

Tabla 10: Competencias Investigativas

Competencias Investigativas	SI	NO
Sé buscar, ordenar, filtrar, conectar y analizar información disponible en Internet de fuentes confiables e idóneas.	78	21,9
Identifico redes, bases de datos y fuentes de información que facilitan mis procesos de investigación.	83	17
Utilizo redes profesionales y plataformas especializadas en el desarrollo de mis investigaciones	63	37
Represento e interpreto datos e información de mis investigaciones en diversos formatos digitales.	65	35
Contrasto y analizo información proveniente de múltiples fuentes digitales.	73	27
Divulgo los resultados de mis investigaciones utilizando las herramientas que me ofrecen las TIC.	54	46
Participo activamente en redes y comunidades de práctica, para la construcción colectiva de conocimientos con el apoyo de TIC.	36	64

En las competencias investigativas se evidencian altos porcentajes de no cumplimiento, 64 % de los estudiantes no participa en redes y comunidades para la construcción colectiva de conocimientos apoyados en Tic; 46 % no divulga los resultados de sus investigaciones, lo que no contribuye al aprendizaje colaborativo y a aportar materiales a las bases de datos y de recursos de aprendizaje.

Las fortalezas en esta área se encuentran en que 83 % conoce las redes, bases de datos y fuentes de información necesarias para la investigación, saben buscar, ordenar, filtrar, conectar, 78 % analiza información disponible en Internet de fuentes confiables e idóneas, 73 % contrasta y analiza la información proveniente de múltiples fuentes digitales. Todas estas son competencias básicas para desarrollar la investigación formativa o de aula, necesaria para las labores propias del aprendizaje, pero aquellas competencias propias de la producción investigativa como utilizar redes profesionales y plataformas especializadas en el desarrollo de investigaciones (37 %) y representar e interpretar datos e información de investigaciones en diversos formatos digitales (35 %) tienen altos porcentajes de desuso.

Tabla 11: Competencias profesionales

Competencias Profesionales	SI	NO
Comprendo relatos diseñados para múltiples plataformas y su funcionalidad.	58%	36%
Creo relatos multimodales para escenarios virtuales.	34%	60%
Entiendo e interpreto lenguajes como icónico, sonoro, audiovisual y escrito	86%	8%
Identifico las particularidades expresivas de las plataformas propias de la web 2.0	79%	14%
Comprendo el lenguaje <u>hipertextual</u> (saltar de un texto a otro del mismo código) e <u>hipermedial</u> (conectar códigos diferentes).	55%	38%
Utilizo de manera combinada lenguajes como el icónico, sonoro, audiovisual y escrito, así como las plataformas propias de la web móvil 2.0	80%	13%
Construyo relatos a través un lenguaje <u>hipertextual</u> e <u>hipermedial</u>	50%	43%
Relaciono las producciones mediáticas con otras manifestaciones artísticas	54%	39%
Transformo producciones artísticas, potenciando la innovación, la experimentación y la sensibilización estética.	51%	41%

Por otra parte, en las competencias profesionales se evidencia un alto conocimiento e implementación de combinación de lenguajes icónicos, sonoros, audiovisuales y escritos propios de la web 2.0 pues en las competencias 3 y 6 se logró un porcentaje de 80% y 86%. No obstante, se observa un contraste en la competencia dos con respecto a la creación de relatos multimodales para los escenarios virtuales el índice de no es de 60%, indicando que si bien los estudiantes saben elaborar productos para medios radiales, audiovisuales, escritos, no necesariamente comprender como integrarlos para escenarios multimedia donde convergen los medios, como lo son los escenarios digitales.

Las demás competencias se hallan en un nivel medio de competencia con valores entre 50 % y 79 %, siendo esto coherente con los demás segmentos de la encuesta donde se ha evidenciado debilidad tanto en el manejo de herramientas de edición de productos comunicativos como de las plataformas web para diseño de estrategias comunicativas.

Referencias

- A. M. G, Arras Vota; C.A., Torres Gastelú; A, García Valcárcel Muñoz-Repiso;. (2011). Competencias en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) de los estudiantes universitarios. (U. d. Laguna, Ed.) *Latina de Comunicación Social*. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/11/art/97_Mexico/06_Arras.html DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-927-130-111
- Abric, J.-C. (2001b). Las representaciones sociales: aspectos teóricos. En J.-C. (. Abric, *Prácticas sociales y representaciones* (págs. 11-32). México: Presses Universitaires de France, Ediciones Coyoacán.

- Acción popular, 2007- 0354 (Juzgado 30 administrativo del circuito e Bogotá 23 de julio de 2010).
- Adorno, T. (2006). *Escritos musicales I - III*. Madrid: Akal.
- Aguilar, M. A. (1991). Fragmentos de la memoria colectiva. *Revista de cultura psicológica*(1), 11.
- Aguirre Dávila, E. (2002). Representaciones sociales y análisis del comportamiento social. *Diálogos: discusiones en la psicología contemporánea*, 11-25.
- AJ+. (2015). *AJ+ Profile*. Recuperado el 02 de June de 2016, de Medium Corporation: <https://medium.com/@ajplus>
- AJMN. (15 de September de 2014). *Al Jazeera Media Network Launches a New Era of Storytelling*. Recuperado el 10 de June de 2016[, de PR Al Jazeera : <http://pr.aljazeera.com/post/97562972470/al-jazeera-media-network-launches-a-new-era-of>
- AJMN. (2016). *Who We Are*. Recuperado el 20 de May de 2016, de Al Jazeera: <http://www.aljazeera.com/aboutus/>
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. San José, Costa Rica: ASDI, FLACSO.
- Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión*. San José, Costa Rica: ASDI, FLACSO.
- Armando, S. (2013). *Atmósferas Ciudadanas*. Bogotá : Universidad Externado de Colombia.
- Barbero, J. M. (2002). La educación desde la comunicación. *Eduteka*, 1-17.
- Baricco, A. (2013). *Los bárbaros. Ensayos sobre la mutación*. . Barcelona: Anagrama.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces*. España: Paidós.
- Bastide, R. (2006). *Arte y Sociedad*. Mexico DF: Fondo de Cultura Económica .
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology: Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report* , 13(4), 544-559.
- Benjamin, W. (1989). *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. Buenos Aires: Taurus.
- Benjamin, W. (1989). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En *Discursos Interrumpidos* (pág. 206). Buenos Aires: Taurus.
- Berardi Bifo, F. (2007). *Generación post-alfa: patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Berger, P., & Luckmann, T. (2005). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernal Olarte, A. (2012). La construcción de la diferencia entre lo público y lo privado. *Perspectivas Internacionales*, 73 - 107.
- Bolaños Gordillo, L. (2010). Los jóvenes góticos incipientes: entre la música alternativa y una percepción desolada de la existencia . *Cuadernos Interculturales* , 63-80.
- Bonilla, R. (2008). *Aproximaciones a un estudio etnográfico sobre subjetividad adolescente y estudios visuales*. Sevilla.

- Bossolasco, M., & Storni, P. (2012). *¿Nativos digitales?: hacia una reflexión crítica de la construcción de los jóvenes como usuarios expertos de las nuevas tecnologías. Análisis de una experiencia de inclusión de las TIC en la escuela*. Revista de Educación a Distancia. Número 30. 2 de mayo de 2012.
- Bourdieu, P. (2000). *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.
- Bourdieu, P. (2000). *La distinción*. Bogotá: Taurus.
- Bourriaud, N. (2008). *Estetica Relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora S.A.
- Bugueño, C. A. (s.f.). *Revista Faro*. Obtenido de Universidad de Playa Ancha: http://web.upla.cl/revistafaro/04_tesis/pdf/07_tesis_bugueno.pdf
- Cabero, J., & Marín, V. (2014). Posibilidades educativas de las redes sociales y el trabajo en grupo. Percepciones de los alumnos universitarios. *Comunicar*, v. XXI(42), 165-172.
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 61-78.
- Campillo Alhama , C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar la Publicidad*, 45-62.
- Carballo Villagra, P. (2006). La música como práctica significativa en los colectivos juveniles. *Revista de Ciencias Sociales*, 169-176.
- Carpenter, J. (Dirección). (1988). *They Live* [Película].
- Casadiegos, B. (2011). *El Carmen: espacio, tiempo y memoria*. Ocaña: FUNEDUCAR.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castro, S. (2012). *Graffiti Bogotá. 2012*. Bogotá : IDARTES.
- Cepeda-Cuervo, E., Moncada-Sánchez, E., & P. Álvarez, V. (Diciembre de 2007). Violencia Intrafamiliar que afecta a Estudiantes de Educación Básica y Media en Bogotá. *REVISTA DE SALUD PÚBLICA*, IX(4), 516-528.
- Chartier, R. (1992). *El mundo como representación*. Barcelona: Gedisa.
- Congreso de la República de Colombia. (10 de junio de 2011). *Secretaría del Senado de la República de Colombia*. Recuperado el 29 de enero de 2016, de <http://www.secretariasenado.gov.co/>: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1448_2011.html
- Costa, J. (2012). Construcción y gestión estratégica de marca. *Luciérnaga*.
- Código de Policía, Ley 1801 (Congreso de la Republica 29 de julio de 2016).
- Cuevas, Y. (Enero-Junio de 2011). Representaciones sociales en la prensa: aportaciones teóricas y metodológicas. (I. -U. Guadalajara, Ed.) *Sinéctica*(36), 1-19. Recuperado el 02 de mayo de 2016, de http://www.sinectica.iteso.mx/index.php?cur=36&art=36_08
- Curiel, E & Serrano, N. (2014). Producción de contenido multimedia en el aula. una propuesta docente para alumnos de periodismo y comunicación audiovisual. *Higher Learning Research Communications*, 4(1), 122-137. Obtenido de Retrieved from <http://bdbiblioteca.ufps.edu.co:2057/docview/1628369573?accountid=43636>
- Dahlhaus, C., & Eggebrecht, H. (2012). *¿Qué es la música?* Barcelona: Acantilado.

- DANE. (2014). *Encuesta de Consumo Cultural 2014*. Bogotá: Dane.
- Daza, S. L. (2009). Investigación-Creación. Un acercamiento a la investigación en las artes. *Horizonte pedagógico*, 92.
- De Grégori, W. (15 de Noviembre de 2012). <http://www.umng.edu.co/documents/63968/78033/rbioetica8.pdf>. Recuperado el 12 de Agosto de 2015, de <http://www.umng.edu.co/documents/63968/78033/rbioetica8.pdf>
- Deleuze, G. (2002). *Mil Mesetas*. Valencia: Pre-textos.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2001). *¿Qué es la filosofía?* Barcelona: Anagrama.
- Disney Corporations. (1 de enero de 2012). *Club Penguin*. Recuperado el marzo - julio de 2014, de <http://www.clubpenguin.com/es/company/news-media/club-penguin-fans-changing-world-through-online-play>
- Disney Corporations. (s.f.). *Club Penguin*. Recuperado el marzo - julio de 2014, de <http://www.clubpenguin.com/es/company/news-media/club-penguin-qa>
- Disney Corporations. (s.f.). *Club Penguin*. Recuperado el marzo - julio de 2014, de <https://secured.clubpenguin.com/es/membership/US>
- Disney Corporations. (s.f.). *Club Penguin Wiki*. Recuperado el marzo - julio de 2014, de http://es.clubpenguin.wikia.com/wiki/Club_Penguin
- Edit, Romero Pavia ; Domínguez Castillo, J Gabriel ; Guillermo y Guillermo, Cecilia. (2010). El uso de las Tic's en la educación básica de jóvenes y adultos de comunidades rurales y urbanas del sureste de México. *Revista de Educación a Distancia*, 1-19.
- Eisner, E. W. (2002). *La escuela que necesitamos*. Buenos Aires: Amorrortu.
- ElTiempo. (8 de Agosto de 2015). *Desde los 8 y 9 años, niños acceden a las redes sociales*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/educacion/ninos-acceden-a-las-redes-sociales-desde-los-8-y-9-anos/16207959>
- Epica. (na de na de 2006). *Biografía*. Recuperado el 28 de 09 de 2016, de EXCELLENCE. POWER. INTELLIGENCE. CREATIVITY. AMBITION.: <http://www.epica.nl/band>
- Escobar, A. (2003). Mundos y conocimientos de otro modo. *Tabula Rasa*, 51-86.
- Eslava, G. G. (2015). Cicatrices en el Territorio . En A. d. Bogotá, *Hablando desde los muros* (pág. 243). Bogotá: Buenos y Creativos.
- Espitia Viasús, J. (2014). La sistematización de experiencias, un campo. En A. C. Dagrón, *Pensar desde la experiencia : comunicación participativa en el cambio social* (págs. 167-196). Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Flament, C. (2001). Estructura, dinámica y transformación de las representaciones sociales. En J.-C. Abric, *Prácticas sociales y representaciones* (págs. 33-52). México: Presses Universitaires de France, Ediciones Coyoacán.
- Flusser, V. (1997). *Medienkulture*. Frankfurt: Fischer.
- Flusser, V. (2003). *Kommunikologie*. Frankfurt: Main.
- Foster, H. (2001). El artista como Etnógrafo. *Akal*, 175- 207.

- Fuenzalida, V. (1999). Géneros televisivos y cultura del protagonismo. En G. (. Sunkel, *El consumo cultural en América Latina* (págs. 339-370). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Fundación Ideas para la Paz . (2013). *Dinámicas del conflicto armado en el catatumbo y su impacto humanitario*. FIP.
- Gallo, S. (2003). *Deleuze & a Educação*. Belo Horizonte: Autentica.
- García Canclini, N., Gerber, V., López, A., Nivón, E., Pérez Camacho, C., Pinochet Cobos, C., & Winocur, R. (2015). *Hacia una antropología de los lectores*. México D.F.: Fundación Telefónica.
- García Sánchez, I. M. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y gasto público*, 37-64.
- García, C. I. (Junio de 2006). Las representaciones sociales del territorio. *Controversia*(186), 73-87. Recuperado el 2 de Febrero de 2015, de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Colombia/cinep/20100925010557/conflictoyreligionlasrepresentacionesControversia186.pdf>
- Georgiou, M., & Silverstone, R. (2007). Diasporas and contra-flows beyond nation-centrism. En D. Kishan Thussu , *Media on the Move: Global flow and contra-flow* (págs. 30-43). Abingdon, Oxon , UK: Routledge.
- Gonzalez, N., Rico, C., & Sarmiento, N. (2002). *Anatomía del lector javeriano*. Bogotá D.C.: Pontificia Universidad Javeriana.
- Goodman, N. (1976). *Maneras de hacer mundos*. Barcelona: Seix Barral.
- Grandío-Perez, M. (2015). Formación, perfil profesional y consumo de medios de alumnos en Comunicación Indicadores para la evaluación de la alfabetización transmedia en los estudios universitarios de Comunicación. doi:DOI: 10.4185/cac77
- Grupo de Memoria Histórica. (2013). *¡Basta ya! Colombia: Memorias de guerra y dignidad*. Recuperado el Mayo de 2016, de <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2013/bastaYa/basta-ya-colombia-memorias-de-guerra-y-dignidad-2016.pdf>
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá: Norma.
- Guisao, G. (2011). *Percepción de docentes y estudiantes en relación con el uso de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje*.
- Guisao, G. (2011). *Percepción de docentes y estudiantes en relación con el uso de las TIC en los procesos de enseñanza-aprendizaje*.
- Gómez, R., & González, J. (abril de 2008). Tecnología y malestar urbano entre jóvenes: la celebración de lo inútil y la emergencia del trabajo liberado. *Nómadas*(28), 82 - 92.
- Gutiérrez, E. (2008). *La lectura en el entorno de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Claves para su comprensión y pistas para una prospectiva*. Bogotá D.C. : Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal.
- Hernández Iraizoz, D. (2013). Theodor Adorno, elementos para una sociología de la música. *Sociológica*, 123-154.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación. 5a edición*. México: McGraw-Hill Editores.
- Hernandez Requena, S. (2008). El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado al proceso de aprendizaje. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 28. Obtenido de <http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/hernandez.pdf>
- Herrera, J. D. (2007). La Cartografía Social. En J. D. Herrera, *La Cartografía social* (pág. 15). Bogotá: IDEP.
- Hobbes, T. (1982). *Leviatan: o la materia, forma y poder, de una república eclesiástica y civil*. Bogotá: SKLA.
- Huergo, J. (2000). Ciudad, formación de sujetos y producción de sentidos (breve ensayo desde comunicación/educación). *Oficios Terrestres*.
- Ibish, H. (17 de February de 2016). Why America Turned Off Al Jazeera. *The New York Times*.
- Instituto Nacional de Medicina Legal y Ciencias Forenses. (Julio de 2015). Violencia contra niños, niñas y adolescentes. Colombia, 2014. *Forensis, Datos para la vida*, XVI(1), 181-203.
- Jara, O. (2006). *Guía Para Sistematizar Experiencias*.
- Jenkins, H. (2010). *Convergence culture. Where old and new media collide*. Nueva York: New York University Press.
- Jensen, K. (2014). *La comunicación y los medios: metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología Social II* (págs. 469-494). Barcelona: Paidós.
- Kapuscinski, R. (09 de 09 de 2010). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Recuperado el 31 de 10 de 2016, de UCM: <https://koralieucm.files.wordpress.com/2010/09/kapuscinski-los-cinicos-no-sirven-para-este-oficio.pdf>
- Kinnen, E. (1969). *El humanismo social de Marx*. Santiago de Chile: Andrés Bello.
- Kishan Thussu, D. (2007). Introduction. En D. Kishan Thussu, *Media on the Move: Global flow and contra-flow* (págs. 1-7). Abingdon, Oxon, UK: Routledge.
- Kishan, T. D. (2007). Mapping global media flow and contra-flow. En D. Kishan Thussu, *Media on the Move: Global flow and contra-flow* (págs. 10-29). Abingdon, Oxon, UK: Routledge.
- Laiglesia, J. F. (2008). *Notas para una investigación artística*. Pontevedra: Universidad de Vigo, Servicio de publicaciones.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2005). *Metaforas de la vida cotidiana*. Madrid: Catedra.
- Larrosa, J. (2005). *Tecnologías del Yo y Educación (notas sobre la construcción y la mediación pedagógica de la experiencia de sí)*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- LeGrand, C. (noviembre de 1997). La política y la violencia en Colombia (1946-1965): Interpretaciones en la década de los ochenta. *Memoria y Sociedad*, 2(4), 79-104.
- Levy, P. (1999). *¿Que es lo virtual?* Barcelona: Paidós Ediciones.
- Maigret, É. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.

- Martel, F. (2010). *Cultura mainstream*. Barcelona: Taurus.
- Martínez, H. (09 de 09 de 2013). *Dialnet*. Recuperado el 31 de 10 de 2016, de Ciberactivismo y movimientos sociales urbanos contemporáneos: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4228937.pdf>
- Mason, N. (2007). *Dentro de Pink Floyd: el largo y extraño viaje hacia el éxito de un grupo mítico*. España: Ma non troppo.
- Meza Maya, C. v., Lobo Ojeda, S., & Uscátegui Maldonado, J. (noviembre de 2014). *Usos y apropiaciones de las redes sociales en preadolescentes - Caso Club Penguin*. (Universidad Santo Tomás) Recuperado el 17 de julio - agosto de 2015, de <http://apropiacionredessociales.com/index.html>
- Montoya, A. G. (2006). *Juventud Música e identidad*. Medellín, Colombia.
- Morales, M. (2005). *Tendencias y debates actuales en el periodismo digital. Signo y Pensamiento*. Obtenido de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3677/3425>
- Muñoz, G., & Marín, M. (2006). En la música están la memoria, la sabiduría, la fuerza.... *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 45-70.
- Narvárez, A. (2013). *Educación y comunicación: del capitalismo informacional al capitalismo cultural*. Bogotá D.C.: Universidad Pedagógica Nacional.
- Nattiez, J.-J., Ruwet, N., Molino, J., Imberty, M., & Boilés, C. (SD de SD de SD). *Seminario de Semiología Musical*. Recuperado el 14 de Abril de 2016, de UNAM: <http://www.semiomusical.unam.mx/secciones/servicios/publicaciones/series.html>
- Navarrete Pellicer, S. (2003). *Invitación al estudio social e histórico de la música y la danza. Desacatos*, Na.
- Omeldo, T. (2007). *Modelo experimental para la detección, adquisición de competencias y definición de perfiles profesionales en el sector multimedia de las empresas TIC" [TESIS DOCTORAL]*. Barcelona: Universitat Politècnica De Catalunya, Departament de Expressió Gràfica a l'Enginyeria.
- Oquist, P. (1978). *Violencia, conflicto y política en Colombia*. Bogotá: Instituto de Estudios Colombianos.
- Palacios, M. (2012). *Violencia pública en Colombia 1958 - 2010*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Palma, P. G. (2012). Repensar la Estética. *Dialogo con Rancière. Errata*, 267-270.
- Pardo Abril, N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: OPR-Digital.
- Pineda, D., & Garcia, A. (2010). *La interacción en los procesos educativos, una didáctica para el aprendizaje autónomo de los estudiantes de grado 4 y 5 de las instituciones educativas colmenas y campoalegrito, pertenecientes al núcleo educativo fermín lopez de la vereda santa bárbara*. Colombia.
- PNUD. (22 de Octubre de 2015). *Objetivos de Desarrollo del Milenio Colombia 2015*. Obtenido de <http://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/library/mdg/objetivos-de-desarrollo-del-milenio-colombia-2015.html>
- Pompeo, J. (13 de January de 2016). *Politico Media*. Recuperado el 30 de May de 2016, de Politico: <http://www.politico.com/media/story/2016/01/al-jazeera-america-shutting-down-004467>
- Powers, S. (2009). *The Geopolitics of the News: The Case of the Al Jazeera Network*. Thesis, University of Sourthen California, Faculty of the USC Graduate School, California.

- Práctica del grafiti en Bogotá , 482 de 2011 (Concejo de Bogotá 26 de Diciembre de 2011).
- Quilapayun. (31 de Diciembre de 1969). Cantata a santa maría de Iquique. *Cantata*. Santiago, Central, Chile: SD.
- Raiter, A. (2002). Representaciones sociales. En A. (. Raiter, *Representaciones sociales* (pág. 192). Buenos Aires: Eudeba.
- Ramírez Paredes, J. R. (2006). Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social. *Sociológica*, 243-270.
- Rancière, J. (Julio de 2009). La division de lo sensible. Obtenido de Centro de estudios.
- Rancière, J. (Julio de 2009). La división de lo sensible. Obtenido de Centro de estudios.
- Rancière, J. (2009). Políticas Estéticas. *Fotocopiteca*, 4-14.
- Redacción Judicial. (17 de marzo de 2010). Las confesiones de alias 'El Iguano'. Las 9.000 víctimas del Catatumbo. *El Espectador*.
- Rincon, O. (2002). La nación como un happening mediático. En O. Rincón, *La nación de los medios* (pág. 84). Bogotá: Cuadernos de Nación.
- Rincón García, J. J. (Abril de 2013). Territorio, territorialidad y multiterritorialidad: aproximaciones conceptuales. (J. Gantiva, Ed.) *Aquelarre*, 12(23), 181-192.
- Rincón, O. (2008). *La Nación de los medios* . Bogotá: Cuadernos de Nación .
- Rincón, O. (2010). *Tácticas y estrategias para contar*. Bogotá: Fundación Friedrich Ebert en Colombia.
- Rodríguez, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, 11-36.
- Roettgers, J. (22 de November de 2013). *An exclusive behind-the-scenes look at AJ+, Al Jazeera's upcoming online news network - Reports*. Recuperado el 10 de may de 2016, de GigaOm: <https://gigaom.com/2013/11/22/an-exclusive-behind-the-scenes-look-at-aj-al-jazeeras-upcoming-online-news-network/>
- Romero Serrano, D. R. (2012). *Representaciones sociales de la violencia escolar entre pares, en estudiantes de tres instituciones educativas públicas, de Bogotá, Chía y Sopó, Cundinamarca*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá D.C.: Universidad Nacional de Colombia.
- Rubio, L. (2005). *Singularidades de la gestión en comunicación externa de las organizaciones públicas, tesis doctoral*. Barcelona: Universitat Ramón Lluch.
- Rueda, R. (abril de 2008). Ciberculturas: Metáforas, prácticas sociales y colectivos en-red. *Nómadas*(28), 8 - 20.
- Sánchez, G. P. (2015). Nuevos perfiles formativos del periodista multimedia. *Cuadernos Artesanos N.77*, 83-92.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones, elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). Proyecto «Comunicadores digitales». La formación de los comunicadores en Iberoamérica ante el desafío digital. *Anàlisi*, 99.

- Secretaría Distrital de Salud. (2012). *Diagnostico Local con Participación Social 2012 Localidad de Chapinero*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Skate, R. E. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oak, California: Sage Publications.
- Sosa, M. (2012). *¿Cómo entender el Territorio ?* Guatemala: Cara Parens.
- Sosa, M. (2012). *¿Cómo entender el territorio?* Guatemala: Cara Parens.
- Sossa, A. (2010). La alienación en Marx: el cuerpo como dimensión de utilidad. *Ciencias Sociales*, 37 - 55.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Sultan Al-Qassem. (2 de August de 2012). Breaking the Arab News: Egypt made al Jazeera and Syria's destroying it. *Foreign Policy*.
- Tettay, J. (s.f.). *El comunicador digital: periodista polivalente* .
- Thompson, J. (1997). *Los media y la modernidad*. Paidós Ediciones.
- UNESCO. (1999). *Ciudades intermedias y urbanización mundial*. Lleida: Ajuntament de Lleida, UNESCO, UIA, Ministerio de Asuntos Exteriores.
- UNESCO. (2003). *LEGISLACIÓN SOBRE RADIODIFUSIÓN SONORA COMUNITARIA. Estudio comparativo de legislaciones de trece países*. Obtenido de <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001309/130970s.pdf>
- Vázquez, M. d. (2007). La Iglesia y la violencia bipartidista en Colombia (1946-1953). Análisis historiográfico. *Anuario De Historia De La Iglesia -Facultad de Teología de la Universidad de Navarra*, 309-334.
- Vega, J. (2015). Reflexionando las disciplinas. *Prácticas comunicativas, habitus e identidades políticas en procesos de comunicación local* (págs. 221 - 232). San Juan de Pasto: UNIMAR.
- Vergara Figueroa, C. A. (1996). Construcción de lo público y lo privado en la música popular masiva. *Alteridades*, 43-52.
- Verón, E. (1993). La Semiosis Social. En E. Verón, *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad* (pág. 236). Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1996). *El discurso político*. Buenos Aires: Hachette.
- Verón, E. (1996). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Viñas Piquer, D. (2009). *El enigma best-seller: fenómenos extraños en el campo literario*. Madrid: Ariel.
- Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Zambrano Barrios, A. (2006). *Planificaicón Estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello .
- Zizek, S. (2005). *Bienvenidos al desierto de lo real*. Madrid: Akal.
- Zizek, S. (2008). *Ideología: Un mapa de la cuestión*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Zizek, S. (2009). *Sobre la violencia. Seis reflexiones marginales*. Buenos Aires: Paidos.
- Zizek, S. (Escritor), & Fiennes, S. (Dirección). (2012). *Guía peverza a la ideología* [Película].