

“Uno ” dos “Y” tres: una mirada a las percepciones de mundo y la realidad construida en estudiantes de 14-17 años¹

One ““ two “and” three: a look at the world and perceptions of reality constructed from social symbolizations students 14 to 17

Lina María Carmona Sánchez²

Cardona S. Lina M. miradas N° 10 - 2012. ISSN: 0122-994X. Págs 116 - 125.

Recepción: Mayo 8 de 2012

Aprobación: Julio 23 de 2012

Resumen

Este artículo producto de investigación, presenta las percepciones de mundo de los estudiantes del grado décimo y once de la Institución Educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas/ Risaralda y cómo construyen y reconstruyen su realidad, a partir de los spots (propagandas) en campañas de tipo social. La metodología fue cualitativa, empleando la técnica de grupos de discusión para la recolección de datos. Al terminar, se pudo concluir que las simbolizaciones sociales de los estudiantes, se encarnan en las representaciones de mundo, que hacen éstos, cuando hablan del deber, el tener, y el hay que, enmarcadas en las diferentes organizaciones y los valores sociales de su construcción de realidad, reflejadas por el contenido de los spots de tipo social, de la campaña “El camino a la felicidad”.

Palabras clave: Simbolizaciones, Percepciones, Estudiantes, Realidad.

¹ El presente artículo es el resultado de la investigación titulada “Realidades construidas y simbolizaciones sociales: percepciones de mundo en los estudiantes de la Institución Educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas, frente a las campañas de tipo social”, realizada como requisito para optar por el título de Magister en comunicación educativa, de la Universidad Tecnológica de Pereira, adscrita a la línea de investigación “La comunicación y la educación en procesos de transformación cultural” de la maestría en Comunicación Educativa

² Aspirante a Magister en comunicación educativa, Universidad Tecnológica de Pereira. Licenciada en artes plásticas de la Universidad del Tolima CREAD Pereira, docente de diseño gráfico en colegio de Dosquebradas. Colombia. lina15co@hotmail.com.

Abstract

This article research product presents world perceptions of tenth graders and eleven of School Botero Dosquebradas Fabio Vasquez / Risaralda and how to construct and reconstruct their reality, from the spots (advertisements) in such campaigns social. The methodology was qualitative, using focus group technique for data collection. When finished, it was concluded that the students' social symbolizations, are embodied in the representations of the world, which make them, when they speak of duty, having, and we must, framed in different organizations and social values of their construction of reality, reflected by the content of a social spots, the campaign “the way to Happiness

Key Words: Symbolizations, Perceptions, Student, Reality.

Introducción: simbolizaciones y construcción de realidad



-Imagen 1-

Fuente: Fotografía tomada noviembre 2011 a estudiantes que participaron en este proceso.

El artículo presenta “las percepciones de mundo de los estudiantes del grado décimo y once de la Institución Educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas/ Risaralda” y cómo construyen y reconstruyen su realidad, a partir de los spots (propagandas) en campañas de tipo social³.

3 Las campañas de tipo social son “un esfuerzo

La importancia de esta investigación, radicó en mostrar cómo la realidad es una construcción social, la cual se encarna en signos. Dichas realidades son múltiples e incorporan el < y >, más allá de lo planteado por el pensamiento de occidente que privilegió el < o >, blanco < o > negro, verdad < o > mentira. Esto nos permitió comprender dimensiones hasta ahora ignoradas.

En esta dinámica se propendió por observar las simbolizaciones sociales y las realidades construidas frente a las campañas de tipo social, de los estudiantes de de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas, Risaralda, Colombia, en procesos de comunicación. Ejemplo, los spots (propagandas) publicitarios y la relación de las acciones y expresiones en campañas sociales como la del Camino a la Felicidad (Hubbard, 2007)⁴

Las simbolizaciones sociales como fenómeno y la educación para los medios masivos de comunicación como un tema de investigación, han sido abordadas por diversas disciplinas, entre ellas la sociología, la antropología, la historia, la comunicación.

organizado, dirigido por un grupo (agente de cambio), que intenta persuadir a otros (adoptantes objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas” (Kotler y Roberto, 1992, 7); es una filosofía de acción que tiene implicaciones de facto, es un acto de responsabilidad social que persigue objetivos bien definidos en torno a la mejora o preservación del orden social. Estos objetivos se dirigen por lo regular a públicos masivos, diversos y diferenciados.

4 El camino a la felicidad es una campaña que consta de 21 videos publicados en 1981, donde se muestran preceptos que basados totalmente en el sentido común, busca ayudar a detener la decadencia moral actual en la sociedad y restaurarle la integridad y la confianza al Hombre, dándole una mejor calidad de vida, estos videos se pueden ver en los espacios comerciales presentados en el canal de noticias RCN y en señal Colombia, pocas veces aparece en el resto de canales nacionales, de igual manera se pueden encontrar en: <http://www.elcaminoalafelicidad.org>

Pero hoy solo algunos de los teóricos e investigadores a nivel mundial se apuntan a discutir y proponer la educación como un proceso comunicacional potencializador de competencias ciudadanas, ejemplo de ello es lo expuesto de manera directa o sugerida en un nivel más abstracto por autores como: Silva (2008), Bedoya (2004), Castiblanco (1998), Peirce (1903), Reguillo (2005), García (2006); se citan algunos autores para limitar bibliografía sobre el tema, también para observar cómo éstos pensares influyen teóricamente sobre el interrogante que guía este trabajo.

En cuanto a las fuentes de recolección, trabajé con la base de datos ProQuest, que arrojó documentos que me dan un punto de partida en la investigación, aunque es notoria la deficiencia de las investigaciones sobre la influencia de la publicidad de tipo social en estudiantes, específicamente en la parte de asimilación de conceptos educativos.

Las categorías que utilicé para dicha búsqueda, mostraron grandes dificultades por lo cerrado, puesto que mi intención es centrar el contexto en simbolizaciones de los estudiantes frente a la publicidad de tipo social, específicamente en spots (propagandas) publicitarios, y la adquisición de conceptos en la escuela; encontré información, en su mayoría talleres, que proponen cómo de manera lúdica y desde los medios de comunicación se puede educar.

Los contenidos en su mayoría guían hacia un entorno económico, donde se busca influenciar al otro, desde el marketing tecnológicamente matizada, al fin y al cabo, la tecnología ha de ser vista como lo que es, un medio, un instrumento para usos y fines muy diferentes, que pesa sobre la intensificación de la acción comunicativa de esos seres comunicativamente constituidos que, en definitiva, somos los humanos (González, 2011).

En esta búsqueda encontré que se habla además de una resignificación educativa en torno a los medios de comunicación.

Basada en los contenidos que encontré sobre la comunicación, la educación, y la publicidad de tipo social frente a las simbolizaciones de estudiantes, no apareció un trabajo como el propuesto en este documento.

La recolección de la información se realizó a partir de la técnica cualitativa, grupos de discusión⁵, técnica descrita por Juan Manuel Delgado y Juan Gutiérrez (1994) en el texto: *Métodos y técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Esta técnica de tipo social trabaja con el habla, y se centra en la situación discursiva que, a partir de una pregunta subjetiva que ordena el espacio para la mirada y la escucha, direcciona el proceso.

Metodología

Esta investigación de corte cualitativo, parte de la discusión –binario / trial- como formas de ver el mundo, se aduce que desde hace varias décadas la comunidad científica ha relevado la investigación cuantitativa, opacando la investigación cualitativa. Pero, desde pensadores como: Kant, Hegel, Heidegger, entre otros. Se evidencia que ambas formas de ver el mundo y sus relaciones están en el mismo tiempo y espacio.

Al compartir este espacio-temporalidad, una de esas formas de ver el mundo se releva y la otra queda en la opacidad, esperando en algún momento ser actualizada. Esta discusión, aunque desde un nivel más abstracto, tiene implicaciones

5 Esta técnica consiste en construir en determinadas condiciones de enunciación, un punto crítico en el que lo social se reproduce y cambia, se articula el orden social y la subjetividad.

“Uno ” dos “Y” tres: una mirada a las percepciones de mundo y la realidad construida en estudiantes de 14-17 años

metodológicas a la hora de abordar un fenómeno, implica problematizar la realidad. Pararse en uno de los lados -cuantitativo/cualitativo- implica hacer distinciones de tipo profundo, pues, no es lo mismo pensar y ver la realidad estática, que una realidad dinámica y construida, es decir, se toma la decisión de pensar y ver el mundo “tal como es” en términos de objetividad, o hacemos distinciones y vemos y pensamos el mundo como una construcción, en la que el “hombre es dueño de sí y de su universo” (Bedoya, 2002: 24).

FORMAS DE VER EL MUNDO	
Binario	Tríada
Cuantitativo	Cualitativo
Generaliza	Profundiza
OBSERVAN LA REALIDAD	
Realidad estática	Realidad dinámica-construida

Como se expuso anteriormente, se ha intentado hacer distinciones que lleven a un proceso de comprensión y por lo tanto de comunicación entre el yo como “investigador dueño de sí y de mí construcción de realidad”, y la propuesta teórica trabajada, en este sentido afrontar un proceso de investigación de corte cualitativo, propone no sólo observar el mundo de manera holística, sino que también apuesta por estudios de caso profundos y ricos, en hacer observables la infinidad de conexiones y relaciones en un fenómeno, emergiendo como múltiples realidades de ver, sentir y pensar el mundo.

Desde esta perspectiva el trabajo “Realidades construidas y simbolizaciones sociales: percepciones de mundo en los estudiantes de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas, frente a las campañas de tipo social”, busca aportar a los campos de la comunicación y la educación; como procesos de transformación cultural contemporáneos.

Para este fin se retoma la tríada base, presentada en la gráfica:

Imagen 2: tríada base “Simbolizaciones sociales”



La metodología que se tomó como guía, se compone de tres pasos: Tríadas / Nodos triádicos / Tríadas de sentido.

La tríada es la estructura explicativa y recurrente, para pensar el mundo en tres, ya que para Peirce, el tres es posibilidad, es la mediación entre la dicotomía del pensamiento, el <<O>> que se convierte en restricción, en cierre definitivo; para aportar el <<Y>> que sugiere y crea.

Los Nodos triádicos metodológicamente, son el punto de partida donde la información recolectada en los grupos de discusión, presenta semejanzas y paradigmas diferenciales en los imaginarios sociales de los ciudadanos.

La agrupación y reagrupación como nodo triádico se construyó a partir de dos o más tríadas idénticas, las tríadas similares se denominaron Nodos Triádicos Afines y los Nodos Triádicos únicos se denominaron dispersiones.

Y la tríada de sentido se da después de tener las Triadas y los Nodos Triádicos, teniendo como base las observaciones- notas, cruces y algunas intuiciones emergentes en las Tríadas y Nodos Triádicos.

Lo anterior se estructuró en dos momentos:

1. Recolección de la información.
2. Análisis e interpretación de la información a partir del Modelo Relacional.

Imagen 3: estética del procedimiento



Fuente: Elaboración propia.

Recolección de la información

La recolección de la información se realizó a partir de la técnica cualitativa, grupos de discusión, escrita por Juan Manuel Delgado y Juan Gutiérrez (1994) en el texto: Métodos y técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales.

Esta técnica de tipo social trabaja con el habla y se centra en la situación discursiva que, a partir de una pregunta subjetiva, ordena el espacio para la mirada y la escucha, direcciona el proceso.

La muestra en los grupos de discusión se estructura desde las relaciones sociales tomadas como pertinentes a priori; para ello, en la técnica se propuso para la conformación de los grupos de discusión:

- *Mínimo dos grupos
- *Los integrantes deben ser mínimo cinco y máximo diez
- *Tener en cuenta el sexo, edad,

estrato socioeconómico y hábitat

Analizado los grupos de discusión se dispuso que:

*En cada sesión se incluyera una discusión por temas.

*Un líder que direccionara el conversatorio.

*Se motivó a los grupos con un refrigerio.

*La duración de estos grupos dependió del tema e interés que este generó, la pauta la dispuso el líder de la discusión.

Partiendo de lo propuesto en la técnica, la población con la se trabajó fueron estudiantes de los grados diez y once de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero del municipio de Dosquebradas-Risaralda.

El punto de referencia de los grupos de discusión es el género, por lo relevante en el análisis de la información, proporcionando esto una mirada a las percepciones y diferencias que se presenta entre dichos géneros; en fichas donde se transcriben siete temas por sesión de 21 los videos de la campaña “el camino a la felicidad”, base de esta propuesta. El grupo A se identificó con código de color rosado, correspondiente a las mujeres. El grupo B, con código de color verde correspondiente a los hombres. Además cada estudiante se identificó con un código de color, un número y la letra M: mujer, E: estudiante (hombre); para hacer más versátil su análisis.

“Uno ” dos “Y” tres: una mirada a las percepciones de mundo y la realidad construida en estudiantes de 14-17 años

Gráfica 9: descripción grupos de discusión y sus sesiones



Fuente: Elaboración propia⁶.

Cuadro 5 y 6: ficha de transcripción de grupos de discusión para análisis y sistematización de la técnica A: Mujeres B: Hombres.

CÓDIGO: A	FUENTE PRIMARIA: GRUPO DE DISCUSIÓN	FECHA:	HORA:
COORDINADORA DEL GRUPO DE DISCUSIÓN	Lina María Carmona Sánchez		
TÍTULO DEL PROYECTO	“REALIDADES CONSTRUIDAS Y SIMBOLIZACIONES SOCIALES: PERCEPCIONES DE MUNDO EN LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA FABIO VÁSQUEZ BOTERO DE DOSQUEBRADAS, FRENTE A LAS CAMPAÑAS DE TIPO SOCIAL”		
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	¿Es posible distinguir simbolizaciones sociales de estudiantes de 14 a 17 años de grado once B del Colegio Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas frente a los spots publicitarios y su estilo formador en campañas sociales como la del Camino a la Felicidad?		
GRUPO DE DISCUSIÓN	SESIÓN		
TRANSCRIPCIÓN DE LA SESIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN			
NOTAS			

CÓDIGO: B	FUENTE PRIMARIA:GRUPO DE DISCUSIÓN	FECHA:	HORA:
COORDINADORA DEL GRUPO DE DISCUSIÓN	Lina María Carmona Sánchez		
TÍTULO DEL PROYECTO	“REALIDADES CONSTRUIDAS Y SIMBOLIZACIONES SOCIALES: PERCEPCIONES DE MUNDO EN LOS ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA FABIO VÁSQUEZ BOTERO DE DOSQUEBRADAS, FRENTE A LAS CAMPAÑAS DE TIPO SOCIAL”		
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	¿Es posible distinguir simbolizaciones sociales de estudiantes de 14 a 17 años de los grados décimo y once de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas frente a los spots publicitarios y su estilo formador en campañas sociales como la del Camino a la Felicidad?		
GRUPO DE DISCUSIÓN	SESIÓN		
TRANSCRIPCIÓN DE LA SESIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN			
NOTAS			

6 Imagen 3. Recuperada el 20 de noviembre de 2011, de: <http://caucasia.olx.com.co/disenio-grafico-iid-42010654>

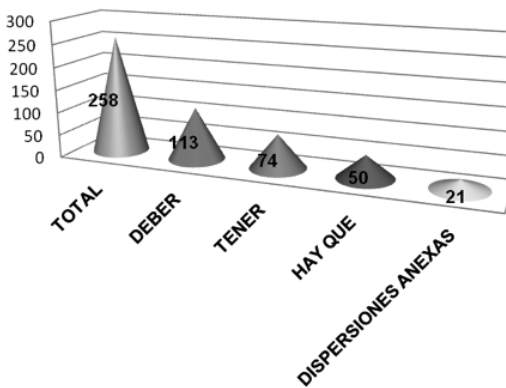
Después de realizadas las transcripciones de los grupos de discusión, se avanzó al primer paso del “modelo relacional” (triadas, nodos triádicos, triadas de sentidos o emergentes) que es el desarrollo de las triadas que en un principio se estructuraron a partir de la triada base CAMPAÑA SOCIAL A SPOTS (PROPAGANDA) “El Camino A La Felicidad” a SIMBOLIZACIONES SOCIALES.

Esta construcción trial, busca guardar la estructura propuesta por Charles Sanders Peirce, en cuanto a las Categorías Universales del Ser; Primeridad-Segundidad-Terceridad.

Resultados

Luego de congregarse el dato en seis nodos triádicos, se pudo encontrar que los términos identificados y sus contextos se asociaban en dos grandes grupos, transversalizados por el deber, el tener, y el hay que; los que a su vez tuvieron contextos enmarcados dentro de los valores sociales y las organizaciones sociales. Abriendo paso en la creación de la triada de sentido

SÍNTESIS AGRUPACIONES



-Imagen 4-

Fuente: Elaboración propia.

A partir de esto, se pudo ver el sentido de la relación, entre la teoría y el dato; al retomar la lectura del texto de Restrepo (2010) se encontró una fuerte relación entre la creencia, el hábito y la acción, teoría propuesta por Peirce.

Los estudiantes construyen sus Índices y símbolos a partir del deber y el tener, se nota un marcado producto de la ilustración (movimiento filosófico y cultural del siglo XVII, que acentúa el predominio de la razón humana y la creencia en el progreso humano)⁷ donde las creencias, los hábitos y las acciones, generan un pensamiento Peirceano; creando un vuelco a la triada base y mostrando una nueva tendencia, esta triada de sentido se encaminó hacia la creencia, el hábito y la acción, abriendo la brecha entre lo dual y lo trial, este salto cualitativo dio sentido a la investigación.

Discusión de resultados

La pregunta que emergió después de los resultados fue, ¿qué posibles relaciones se podrían establecer entre la percepción pensada y la acción/pensamiento-creencia-habito acción/ (Restrepo, 2010) y deber, el tener, y el hay que?

Esta relación entre los conceptos y las categorías universales del ser se pudo concatenar para mostrarnos que la creencia es una cualidad del sentimiento, constituyéndose en presencia absoluta en nuestra mente, en un mar de posibilidades, por ello se relaciona con los valores y las organizaciones sociales (categorías inmersas en el dato) ya que dentro de éstas se encarna, la amplia posibilidad de pensamiento, algo que puede llegar a ser.

El hábito se establece en hecho asociándose al deber, el tener; y el hay que, categorías

⁷ Tomado de www.rae.es/rae.html. Recuperado el 20 de mayo de 2012

referenciadas por los estudiantes en sus intervenciones en los diferentes grupos de discusión, siendo estas aseveraciones de lo que piensan, lo que es existente para ellos. Y, que como mediación está la acción, evidenciada cuando los estudiantes se refieren a: respeto, igualdad, fraternidad, solidaridad, dignidad, cooperación, honestidad, honradez, libertad, responsabilidad, amor, sinceridad entre otros. Desarrollando el hábito, hecho que se vuelve acción como lo dice Peirce, es la construcción colectiva de su realidad.

Peirce nos refuerza lo anterior al referirse, al ser humano como signo, así conoce y ejerce su voluntad, esa concepción es el interpretante de la representación que de nuevo es signo, (Restrepo, 2010: 113), originando una nueva noción del objeto más amplia y profunda.

Nuestro conocimiento, pertenece al signo y se da en el pensamiento, el cual está mediado por el mismo pensamiento, puesto que éste se da en signos, extendiéndose entre la gente, mostrándonos como los fenómenos se relacionan, dependiendo de algo anterior, creciendo hasta volverse infinito, es así como se nos presenta el proceso continuo de interpretación; esto nos muestra como la acción de querer – poder – hacer, es mediada también por el pensamiento, rigiéndose por su interpretación y la forma sensible de ver este mundo.

Conclusiones

A continuación se recogen, las principales conclusiones obtenidas en el trasegar de este trabajo investigativo, cuyo objetivo fue develar las simbolizaciones sociales en los estudiantes de 14 a 17 años, de los grados décimo y once de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero de la ciudad de Dosquebradas, soportada en la interrogante, ¿es posible distinguir

simbolizaciones sociales de estudiantes de 14 a 17 años de grado décimo y once de la Institución educativa Fabio Vásquez Botero de Dosquebradas frente a los spots (propagandas) publicitarios y la relación de las acciones y expresiones en campañas sociales como la del Camino a la Felicidad?

A partir de allí, pude decir que las simbolizaciones sociales se encarnan en las representaciones de mundo, que hacen los estudiantes cuando hablan del deber, el tener, y el hay que, enmarcadas en las diferentes organizaciones y los valores sociales de su construcción de realidad, reflejadas por el contenido de los spots de tipo social, de la campaña “El camino a la felicidad”.

En este sentido se hace evidente que la realidad se construye y reconstruye, en colectivo y que dicha realidad es dinámica y no estática, dando origen a nuevos signos; dependiente del imaginario que la rige, partiendo de una representación anterior; conectándose esto con las posibilidades que ofrece el pensamiento al volverse ícono mental, donde la acción se convierte en hábito de acción.

A través de este análisis queda al descubierto, que los estudiantes construyen y reconstruyen su vida desde un sin fin de posibilidades, así mismo encarnan y congregan sus imaginarios, con la opción de ver el mundo desde diferentes puntos de vista, pero a pesar de tener esta alternativa, se nota que adoptan actitudes a partir de las creencias, con un marcado concepto tradicionalista de la moral, no permitiéndole apropiarse de su propio entorno; están atrapados en un mundo dual (bien/mal; blanco/negro).

Lo anterior muestra que crecer bajo las tradiciones familiares, juega un papel importante en el modo de ver el mundo, estamos influenciados consiente

e inconscientemente, por nuestras percepciones más de lo que imaginamos, según Paul Watzlawick (1976), ello hace que el proceso de comunicación se convierta en un medio para este fin, además somos afectados por las personas que son de vital importancia para nosotros, volviéndose espejo, haciendo que la percepción de la realidad cambie.

Esto sumado a que somos personas de deseo lo que hace que esperamos que las cosas sean de cierta forma, dependiendo de nuestros imaginarios (construcción colectiva de la realidad – Silva, 2005) y experiencias vividas, dándonos un propósito en la vida, marcando el camino por venir.

Así, y de acuerdo a lo que plantea Peirce, los estudiantes encuentran en las creencias la guía para realizar sus acciones, llevándolos a construir hábitos, reconstruyendo su realidad. Estos hábitos permeados por la cultura, hacen que busquemos el bien a través de ellos; haciendo del comportamiento un acto <adecuado> para salvaguardarse de una experiencia desagradable; esta tendencia al crecimiento se hace a través del auto – control, es decir, en la formación de hábitos o leyes generales que gobernarán los hechos en el futuro.

Estas acciones son, entonces, el punto de encuentro entre el pensamiento y la realidad construida; realidad que es cognoscible en su representación, sin certezas definitivas, donde no es posible saber intuitivamente (Restrepo, 2010: 109); donde la acción se ve como efecto revelador del hombre en el mundo, partiendo de este concepto se nota que los estudiantes ven el mundo de una manera general según sus bases culturales.

Es así como la acción es realidad, ya que esta afecta los sentidos, mediada por el pensamiento, en ella se mezclan las cualidades y las simbolizaciones

emergentes del pensamiento. Se comprende en la semiosis dando sentido a la acción humana.

Desde esta perspectiva y de una manera muy marcada se ve, como las mujeres hablan del deber, en su accionar y los hombres hablan del tener, y el hay que, mostrando como las creencias marcan el pensamiento de los estudiantes, y por ende sus acciones, ellos se ven reflejados en lo que otros hacen, dicen, creen; en los hábitos que vienen de atrás; esto lo refuerza Peirce al decir que hay que “pensar en las memorias de la experiencia pasada en relación con el propósito presente”. “El hábito es el último efecto del signo mental (concepto) que nos conduce a actuar” (Restrepo, 2010).

Los estudiantes al hablar, proyectan lo que dicen a futuro, no en un presente inmediato; desplegando su pensamiento desde las organizaciones y valores sociales, haciendo de éstos su razón y verdad; marcados por la publicidad, ya que este instrumento de comunicación crea en el colectivo una posible pauta de comportamiento, haciendo de sus representaciones un espejo para el otro, estos códigos se vuelven ficciones que al introducirse al colectivo se convierten en una creencia. Quedando claro que el hombre es un signo para sí mismo.

Referencias bibliográficas

- Canales, M y Peinado, A. (1992). “Capítulo II grupos de discusión”. En Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Parte II. Síntesis psicología. Madrid.
- Deslauries, J P. (2004). Investigación cualitativa, guía práctica. Pereira – Colombia: Editorial papiro

- Kant, I. (1998). "¿Qué es ilustración?". Crítica de la razón pura. prólogo segunda edición, Introducción. Valencia: Ed. Publicacions de la Universitat de Valencia.
- Peirce, C. (1893). "El Icono, el Índice y el Símbolo". Traducción castellana de Sara Barrena. 2005 Fuente textual en CP2.274-308
- (1894). "¿Qué Es Un Signo?" Traducción castellana de Uxía Rivas 1999. Original en CP2.281, 285 y 297-302.
- Philip K., Eduardo L. R. (1992). Marketing Social: Estrategias para cambiar la conducta pública. New York: Ed. Díaz Santos, S.A.
- Reguillo Cruz, Rossana. (2000). Emergencia de culturas juveniles. Bogotá Colombia: Editorial Norma.
- Restrepo, M. 1993. Ser Signo Interpretante, Filosofía de la Representación de Charles S. Peirce. Santa Fe de Bogotá: Significantes de Papel. Pág. 147.
- (2010). Representación, Relación Triádica, en el pensamiento de Charles S. Peirce. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Pág. 272
- Silva, A. 1988-1991. La Ciudad Imaginada. Columna Revista el Tiempo. Bogotá
- (1992). Los Imaginarios Urbanos: De la teoría y los aprendizajes en los estudios urbanos.
- (2004). Imaginarios Urbanos: Hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Metodología. Bogotá D.C, Colombia: Convenio Andrés Bello & Universidad Nacional de Colombia.
- (2006). Imaginarios urbanos, hacia el desarrollo de un urbanismo desde los ciudadanos. Bogotá, Colombia.
- , A. 2007. Imaginarios Urbanos en América Latina: Urbanismos Ciudadanos. Barcelona, España: Fundación Antoni Tàpies
- (2008). Los Imaginarios nos habitan. Quito Ecuador. Ed. OLACCHI.
- Soler, P. (1997). La investigación cualitativa en marketing y publicidad, el grupo de discusión y el análisis de datos. España: Ed. Paidós.
- Platón. (2005). Apología de Sócrates: Traducción de Alejandro G. Vigo. Ed. 5. Ed.Universitaria los Clásicos.
- Vergara, F. (2010). "Método justificacionista y revisionista del conocimiento". En cuadernos de filosofía latinoamericana. Bogotá: Universidad Santo Tomas.