

# **Los medios de comunicación masivos locales y su influencia en la sociedad**

Dalia Lucía Paternina Guerra

Asesora

Nohra Novoa Vargas

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidad ECSAH

Comunicación Social

2023

## Resumen

Los medios de comunicación masivos son los que se encargan de brindar la información y entretenimiento a las personas alrededor de todo el mundo, al margen de su clase sociales, edad y género. De este modo la influencia que tiene en la sociedad es muy indiscutible, pues tanto los hombres como mujeres siempre están en búsqueda de nuevos materiales para distraerse y olvidarse de los diferentes problemas cotidianos. En vista de todo esto se hace inevitable analizar las características generales de los medios de comunicación y los resultados e influencia sobre el comportamiento humano.

Para empezar, nos encontramos con su capacidad para evolucionar y estar en constante innovación, que es un gran reflejo en los adelantos científicos y tecnológicos que se van desarrollando. Esto afecta inevitablemente la manera de comunicación, se ha pasado de ser lectores pasivos a medios impreso, a exigentes consumidores de imagen audiovisuales con las que incluso podemos interactuar.

El grupo 180 grados es una organización reconocida en Sahagún y municipios aledaños en los departamentos de Córdoba y Sucre, por tener un medio de comunicación con el que la población se sienta identificada y tenida en cuenta, además, con un personaje que las personas puedan distinguir como alguien que muestre eventos tradicionales de la región desde la cotidianidad y crear contenido que direcciona al consumo de productos y servicios de las marcas que son cliente de nuestra empresa.

**Palabras clave:** Medios, comunicación, masivos, efectos, lectores, población, inevitablemente, personas, generales.

### **Abstract**

The mass media are those that are responsible for providing information and entertainment to people around the world, regardless of their social class, age and gender. In this way, the influence it has on society is very indisputable, since both men and women are always in search of new materials to distract themselves and forget about the different daily problems. In view of all this, it is inevitable to analyze the general characteristics of the media and the results and influence on human behavior.

To begin with, we find its ability to evolve and be in constant innovation, which is a great reflection of the scientific and technological advances that are being developed. This inevitably affects the way of communication, we have gone from being passive readers to print media, to demanding consumers of audiovisual images with which we can even interact.

The 180 degrees group is a recognized organization in Sahagún and neighboring municipalities in the departments of Córdoba and Sucre, for having a means of communication with which the population feels identified and taken into account, in addition, with a character that people can distinguish as someone who shows traditional events in the region from everyday life and creates content that directs the consumption of products and services of the brands that are clients of our company.

**Keywords:** Media, communication, mass, effects, readers, population, inevitably, people, generals.

**Tabla de contenido**

|   |    |
|---|----|
| Introducción .....  | 5  |
| Los medios de comunicación masivos locales y su influencia en la sociedad ..... | 6  |
| Conclusiones .....  | 18 |
| Referencias bibliográficas.....   | 19 |

## Introducción

Los medios de comunicación local tienen como misión influir de manera positiva en sociedad, la comunicación es vital para el desarrollo humano y es la práctica de empoderamiento donde los ciudadanos comprenden sus distintas problemáticas, donde se debate ideas. Los medios de comunicación masiva local tienen un gran papel el cual es vincular a la población hacia el desarrollo de una comunicación asertiva.

La información que se comparte en los medios comunicativos no debe enfocar el mensaje solo a los medios de comunicación local, sino también se debe tener en cuenta el público al que va dirigido “sociedad civil”, muchas veces el día a día, es muy importante no olvidar el papel que juegan los medios de comunicación local porque tiene un gran potencial para generar influencia.

Por lo tanto, la comunicación local tiene una gran importancia en desarrollo social por la facilidad de acceso que tiene la población a este mensaje que se comparte, buscando generar opinión que de riqueza en los foro de comunicación donde la población defienda y reconozca el derecho a la comunicación, hablar y decidir, la comunicación, más allá de instrumento que se transmite a nivel digital o impreso, contribuye a construir una sociedad activa en opinión pública y generar una programación más activa.

En este orden de ideas es que se plantea la importancia de los medios de comunicación en la sociedad como actores fundamentales en la creación de opinión ciudadana y actores involucrados en la opinión, la información y la percepción del medio en el que nos encontramos.

## **Los medios de comunicación masivos locales y su influencia en la sociedad**

Como ya sabrás, los medios de comunicación tienen 3 funciones principales en la sociedad: informar, entretener y educar, los medios de comunicación masivos locales es un arma poderosa en cuanto al papel que juegan en un grupo social participativo, de ahí la importancia hacer buen uso de este. Los medios de comunicación cumplen una función trascendental puesto que a través de ellos podemos estar informados, saber qué es lo que está aconteciendo en las diferentes partes del lugar donde vivimos y alrededor del mundo.

Partiendo de este punto los medios de comunicación masiva, son aquellos canales o materiales que permiten la transmisión de mensajes a una cantidad de personas de una forma simultánea. Incluyendo, entre otros la tecnología, imprenta, radio, cine, televisión e internet.

Dentro de la invasión de los medios de comunicación masiva les dio un gran lugar a los distintos modos de comunicación, que, a diferencia de la comunicación interpersonal, es pública, rápida y efímera, pero que es eso:

**Público:** porque esta va dirigida de forma que manifiesta a muchos receptores (la audiencia).

**Rápida:** porque procura llegar a un mayor número de receptores en menos tiempo posible.

**Efímero** porque, en muchos casos se encuentra en el consumo inmediato.

Dentro de las características de los medios de comunicación masiva son las siguientes:

**Condiciones:** Los medios de comunicación masiva son un régimen técnico e institucional que se encuentra encaminado a la producción, transmisión y difusión de mensajes.

**Distribución:** Los medios masivos tienen la capacidad de generar contenido que se distribuye a un gran número de personas que los consumen. Se encuentra conformado por una audiencia colectiva heterogénea, de gustos e interés de manera diversas, que hacen parte y representan a las diferentes clases sociales, edades y sexo.

**Variedad:** Debido al carácter heterogéneo del público al que se encuentra dirigido, los medios masivos ofrecen una variedad de opciones, de diferentes contenidos como plataformas, para que el consumidor pueda elegir aquello que sea de su preferencia.

**Unidireccionalidad:** Con los distintos avances tecnológicos ha permitido recibir y crear diferentes clases de contenidos.

**Ubicuidad:** Los contenidos compartidos por diferentes medios de comunicación pueden llegar a diferentes partes del mundo sin importar la distancia. Este contenido puede recibirse a cualquier hora y lugar.

**Influencia:** Los medios masivos forman los gustos e intereses, estos influyen en la manera de ver la realidad, de este modo, favorecen a la formación de la opinión pública.

La OSP grupo 180 grados de Sahagún Córdoba, aun cuando muchos medios han puesto medidas para afirmar la participación del público y por lo tanto son más accesibles a la gente que sirven, es en los medios de comunicación comunitarios donde la accesibilidad y la especificidad de los destinatarios recolectan todo su sentido. La época actual la transmisión de información a grupos masivos se ha convertido en lo más normal del mundo que está en camino al desarrollo, por lo que ha permitido el acceso a la información de manera más fácil, no excluyen a ningún grupo social que goce de pocos conocimientos con respecto a los medios de comunicación masiva.

Se encuentra relacionado de manera general con las actitudes particulares y la tendencia hacia la libre circulación en el derecho a la comunicación. Busca educar, entrenar e informar, creando espacios en los cuales los televidentes puedan participar de manera activa. Esto parte desde pequeñas comunidades administradas a nivel local que pueden comprender la publicidad consistente en la denotación de trabajo voluntario. Los medios de comunicación masiva, en ocasiones, han dejado grandes vacíos en el tema de comunicación, dejando a un lado algunos grupos sociales escasamente marginados.

Grupo 180 Grados es una empresa con seis años de existencia, que aún no está constituida legalmente, cuenta con oficinas en la Terminal de Transportes del municipio de Sahagún, Córdoba, donde se encuentra en calidad de alquiler. A lo largo de su existencia ha reunido los equipos tecnológicos y el talento humano necesarios para la creación de sus productos: noticias, publicidad y contenidos de entretenimiento para redes sociales. Esto lo hace a través de sus marcas Noticias 180 Grados, Gerson Recomienda y Gente 180.

Al llegar a las instalaciones de Grupo 180 Grados hay un salón de espera, y al ingresar en este se encuentran dos caminos; uno a la izquierda, que conduce a la oficina de la Dirección General, y uno a la derecha que lleva al área de producción, estudio de grabación y edición. En este último recinto se encuentra todo un escenario equipado con sistema de audio, con micrófonos y otros elementos necesarios para realizar el trabajo comunicativo, al igual que trípodes, cámaras, luces, monitores y ordenadores para transmisiones o grabaciones.

La empresa de comunicaciones, con presencia en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter), ha prestado sus servicios publicitarios a empresas, al igual que a instituciones que

requieren el manejo de su identidad corporativa. Además, ha impulsado emprendimientos en los diferentes ámbitos de la actividad económica. Más de 50 marcas han trabajado de la mano de Grupo 180 Grados y se han vinculado a las diferentes actividades de proyección social que realiza la organización en cada temporada del año.

Actualmente Grupo 180 Grados tiene vinculados directamente cinco trabajadores. La empresa es financieramente sostenible y sus ingresos dependen principalmente de los servicios de publicidad que ofrece y proyecta a través de las redes sociales. También trabaja en la organización de eventos y asesorías publicitarias a marcas y empresas que lo necesitan.

Los medios de comunicación social han tenido un rol clave dentro del desarrollo humano y de la sociedad, su principal objetivo ha sido ofrecer un canal a través del cual las personas se comunican y obtengan una información que sea defensa de sus derechos a la libre expresión y opinión pública.

“La evolución hacia planteamientos más amarillistas, sensacionalistas, espectaculares y negativos se ha interpretado como uno de los principales causantes de los sentimientos de alejamiento de los ciudadanos con respecto al proceso político en general”. (García Luengo, 2019, p.12).

Uno de los conflictos que se encuentra más vinculado a los medios de comunicación regional es el tema político. Pese a ellos, los medios de comunicación siguen siendo uno de los actores más valorados por la sociedad en un espacio crucial para la política. Según José Natanson, manifiesta que:

“Los medios de comunicación atraviesan una profunda crisis global, porque la difusión de las nuevas tecnologías afecta la prensa tradicional y regional.” (“La triple crisis de los medios de comunicación | Nueva Sociedad - nuso”)

En general, tanto en relación con la televisión como a la prensa, existen altos niveles de conflictividad y negativismo en la información política, como también un cierto protagonismo de aquellas noticias que hacen mención expresa a las controversias de campaña. (“Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía”) (“Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía”) (García Luengo, 2019, p.68).

Los medios de comunicación masiva están presentes constantemente en la vida diaria de las personas. Las nuevas tecnologías de la comunicación pueden ser muy diversas, permitiendo informar los intereses y abrir un nuevo horizonte. En la actualidad, la inmediatez se ha establecido como una principal virtud de los diferentes medios de comunicación permitiéndole a los consumidores conocer de manera inmediata las noticias o acontecimientos relevantes que están sucediendo.

“Es esencial promover el uso responsable del oficio de los reportar y compartir de los instrumentos sociales para reportar y transmitir una programación alimentada de percepciones, etiquetas. Internet y otros medios ejercen en esta labor un papel definitivo. Las academias de periodismo tienen que impulsar un mejor conocimiento de la verdad en todo el mundo, en especial en los espacios en que se solapan la religión y la política. Los contenidos que contribuyen a mejorar el entendimiento intercultural deben ser fomentados” (Beaumont, 2020)

Los medios de comunicación masiva son necesarios para el desarrollo democrático y juegan uno de los roles fundamentales en el estado como derecho fundamental. Con la libre expresión podemos denunciar algunas instituciones que están abusando de su poder. Es importante recordar que la información que circula es un derecho en la sociedad libre y se necesita para que los ciudadanos sean independientes y conozcan todos los sucesos que nos afectan y las consecuencias que traen. Los medios de comunicación siempre han tenido una gran influencia en la sociedad, por lo que es necesario darle el papel real a su influencia en el desarrollo político, social y económico, permitiendo la independencia de la libre opinión como ley legítima.

La vinculación entre el periodismo, la política y la economía es un proceso histórico, ya que se ha convertido en aliadas de los partidos políticos y en grupos económicos, algo incompatible con un discurso crítico y con la información de independencia.

Autores como Westley y MacLean o Maletzke (Rodrigo, 1 8) interpretaron la comunicación en forma de sistemas dinámicos, de complicadas dependencias e interdependencias entre los componentes concurrentes, que rompen terminantemente con la linealidad de los primeros paradigmas y que piensan la consideración de las relaciones bipolares entre los elementos de la comunicación.

Los medios de comunicación masivas, permite disminuir la distancia. Y durante estos años y gracias al desarrollo tecnológico los medios lograron poner en contacto a las personas en diferentes partes del mundo no solo reconociendo los problemas locales.

Las personas tienen derecho al acceso a la información que transmiten los medios y las tecnologías de la información y comunicación. En los casos de una población menor de edad, es

permitido la expresión de opiniones, porque esto permite acceder de manera favorable en la educación, y aspectos importantes que aportan de manera positiva para el desarrollo adecuado de la sociedad.

En la actualidad, la niñez y la juventud interactúan mediante las redes sociales y otros medios de comunicación; esto conlleva a que estén expuestos a una amplia gama de información, la cual puede influir de forma positiva en la construcción de identidades, pero también existe información que no contribuye favorablemente. Sin duda alguna, las redes sociales y los medios de comunicación masivos tienen una gran influencia en la sociedad.

Los medios de comunicación son necesarios para el desarrollo de la democracia y tienen un papel fundamental en el funcionamiento del Estado de derecho porque les corresponde ejercer de observadores permanentes de las instituciones y denunciar posibles abusos de poder. Tener acceso a la información es un derecho básico, por eso una sociedad libre necesita una prensa independiente que permita a los ciudadanos conocer en todo momento lo que sucede en su entorno para actuar en consecuencia. Los medios de comunicación siempre han tenido gran influencia en la sociedad, pero también hay que relativizar su poder porque están condicionados por una serie de factores, políticos y económicos, que limitan su independencia, restringen sus funciones y los hacen vulnerables. (“Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio ... - us”) (“Los medios de comunicación en la sociedad actual: crisis, negocio ... - us”) (Pérez, 2018)

Los medios de comunicación son cruciales para educar la opinión pública, proporcionar información confiable y fortalecer la cohesión social. La presunción de la democracia respalda la idea de que una democracia saludable requiere una opinión pública bien formada; sin embargo,

se hace denotar que las lógicas del mercado, de la competición y del conflicto han generado tal impacto sobre los medios que han distorsionado y encubierto su función social.

Hoy en día la sociedad de la cual formamos parte está afectada por el recurrente bombardeo de información por medio de diferentes medios. Esto modifica nuestro estilo de vida, nuestras prácticas, el consumo de unos productos u otros, la opinión pública. La información que nos llega sobre los diferentes hechos sociales, políticos o sociales puede lograr que la gente cambiemos nuestra manera de razonar en relación con la verdad que nos rodea.

Las herramientas de comunicación sociales nos permiten estar informados y comunicarnos, entender qué es lo que sucede en las distintas partes de nuestra localidad, solidarizarnos con aquellos que lo pasan mal, reencontrarnos con nuestros orígenes, comprender nuestra historia entre otras cosas.

Para que una información sea veraz hay que ofrecer ésta de manera objetiva, y lamentablemente comúnmente es dependiente de los ojos con que se mire. En otras oportunidades por intereses baratos o políticos se transforma puramente en manipulación, éste es un inconveniente que debemos enfrentar ya que entender diferenciar la información de la manipulación es una labor ardua para todos. Es necesario tener las ideas muy visibles y contrastar información para entender la verdad de las cosas, pero la mayor parte de las ocasiones no lo hacemos, es más, nos tragamos todo lo que nos dicen dando de hecho lo que en muchas oportunidades no es así, y poniendo inclusive en duda nuestra seguridad de los hechos, sólo porque ha salido en los instrumentos sociales para informar y comunicar.

Las novedosas tecnologías de la comunicación tienen la posibilidad de ser muy divertidas y emocionantes. Usadas sabiamente, además tienen la posibilidad de educar. Los buenos

programas de tv tienen la posibilidad de reportar, la buena música puede ofrecer aliento, y las buenas películas tienen la posibilidad de agrandar los intereses y abrir nuevos horizontes.

Desde tiempos inmemoriales el hombre ha buscado estar comunicado con sus semejantes. De esta forma, se han complejizado las formas y las tácticas de comunicación que pasaron, en el siglo XX, de escritos a digitales y virtuales. Hay que llevar a cabo una distinción entre los instrumentos sociales para informar y comunicar entre personas, como el teléfono, de los instrumentos sociales para informar y comunicar de masas, por medio de los que una sociedad entera puede mantenerse informada. En los primeros medios, la información y la población se pueden transferir sin una retroalimentación inmediata, mientras que en los segundos hay un intercambio de mensajes y una respuesta del receptor al emisor, convirtiéndose en un interlocutor.

Los instrumentos sociales para informar y comunicar masivos o populares tienen que realizar pautas particulares de desempeño, sostener un lenguaje correspondiente y respetuoso, brindarse a la transmisión real de los hechos, dar fuentes complicadas de examen. En tanto que la comunicación interpersonal es muchísimo más informal, los instrumentos sociales para informar y comunicar masivos inclusive dieron lugar a la formación de agencias e instituciones que buscan detallar reglas de cumplimiento y protocolos a continuar. Además, los instrumentos sociales para informar y comunicar masivos tienen que prestar sustancial atención al compromiso en la transmisión de datos o aclaraciones gracias a que actualmente tienen una importante predominancia en el pensamiento popular.

Pero la consideración de los instrumentos sociales para informar y comunicar no sólo reside en visto que sean una utilidad más que servible para una de las pretensiones más primarias del ser humano, la interacción popular, sino que también han jugado un papel infiltrante en la

formación de la Opinión Pública (el Cuarto Poder), llegando inclusive a ser esenciales para la construcción o hundimiento de algunos gobiernos. Aquí tenemos la posibilidad de decir y retomar la iniciativa de compromiso de los medios en la formación de esa opinión pública, la consideración del no ocultamiento de datos precisos y certeros, en la certeza de las publicaciones y, principalmente, en la generación de reacciones populares sobre hechos determinados. En este sentido, como ejemplo gráfico, tenemos la posibilidad de acordarse la predominancia de los instrumentos sociales para informar y comunicar desplegada por Hitler como táctica para manejar a la sociedad alemana para que apoyara su ideología, y también, para que pudiera llegar a justificar los horrores realizados en su nombre.

La comunicación es un desarrollo que consta de un sujeto que emite un mensaje con una intención y un receptor. (“Los medios de comunicación”) La comunicación es este trueque e interacción.

A través de la historia, el hombre ha buscado hacer mejor y editar los medios por los que transporta a cabo el desarrollo de la comunicación, y sabiendo la consideración del conocimiento público de algunas temáticas de interés mundial, aparece la necesidad de llevar a cabo los instrumentos sociales para informar y comunicar. Los instrumentos sociales para informar y comunicar son canales con los cuales se difunde una información de forma masiva. La intención detrás de la transmisión de un mensaje o información puede variar según el propósito deseado por el emisor. Por esta razón, es primordial conformar una perspectiva crítica y una actitud de indagación frente a la información presentada, tener conocimiento de los medios de comunicación masiva y cuál es el desarrollo dentro del desarrollo informativo, esto hará más fácil la comprensión de la verdad y la estructuración de argumentos para la toma de elecciones.

Es requisito que sepas qué son los instrumentos sociales para informar y comunicar masiva, puesto que pertenecen a los elementos más destacables de la sociedad de la cual formamos parte. Por medio de ellos la gente tiene la posibilidad de formar parte de lo público, y varios autores los consideran esenciales para la democracia.

No te impacientes si es la primera oportunidad que lees sobre el tema y no sabes de qué son los instrumentos sociales para informar y comunicar masiva, porque en este texto te vamos a comentar todo lo que tienes que entender sobre esto. Inclusive, te contaremos resumidamente la crónica de los instrumentos sociales para informar y comunicar.

Cuando finalices de leer no solo entenderás qué son, sino que además tendrás la posibilidad de entender cuál es la capacidad de los instrumentos sociales para informar y comunicar y por qué son tan destacables para el confort de una sociedad.

Según Idalberto Chiavenato (2006), la comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. (“Concepto de comunicación según autores - Cuadro Comparativo”) Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (p. 110).

En conclusión, los medios de comunicación tienen tres funciones principales en la sociedad: informar, entretener y educar. Lo que hace de ellos un arma muy poderosa en cuanto al papel que juega en la sociedad, de ahí la importancia de hacer un buen uso de ellos, hoy en día nuestra sociedad está influenciada por el constante bombardeo de la información a través de los diferentes medios. Esto modifica nuestro modo de vida, costumbre, el consumo de unos buenos productos y la opinión pública.

Para que la información que compartan los medios de comunicación sea veraz debe ser objetiva. La importancia de los medios de comunicación ha ido escalando en su nivel de relevancia en las últimas décadas, esto se da principalmente por la gran conectividad que caracteriza nuestro mundo actual, donde el diálogo y la interacción que hay entre las personas

tienen un lugar de forma constante. Los medios de comunicación tradicionales se caracterizaban por tener una comunicación unidimensional, es decir, la información parte del medio y llega la gente, pero no vuelve. Los nuevos medios cambiaron es de forma recíproca con el público, quiere decir que la información parte del medio, llega la gente, ella opera en respuesta y que vuelva al medio buscando transformador en la nueva información son fundamentales en el desarrollo de la sociedad dejando constancia de la transformación.

## Conclusiones

La comunicación constituye un instrumento social muy importante en el cambio. Permitiendo la influencia en las ideas de diferentes personas, y hoy en día es muy importante la comunicación en diferentes contextos, por lo que esto nos permite propiciar la construcción de aprendizaje, desde que el ser humano apareció en el mundo tuvo la necesidad de comunicarse, es importante que a la comunicación sea asertiva porque permite trasladar una idea de manera clara, amable y empática.

La comunicación asertiva es un buen estilo de declaración, es una forma de comunicarte de manera diplomática y equilibrada, generar intenciones efectivas facilitando la coordinación e influencia en las relaciones humanas, aumentando la creación de diferentes tareas y su importancia se efectúa por el hecho de que entender es indiscutible el valor que tiene la comunicación en nuestra vida cotidiana.

Con la actividad se busca el reconocimiento ayuda a los individuos a organizar los valores contribuye al éxito de un grupo, esto permitiendo crecer o cambiar, el gran reconocimiento, teniendo en cuenta que el objetivo es el fortalecimiento de la investigación y la gestión comunicativa, por medio de análisis de una organización social participativa, permite el diseño de unas estrategias de fortalecimiento comunicacional de manera contextual, viable y pertinente.

### Referencias bibliográficas

- Beltrán, L. (1979). "Adiós a Aristóteles. La comunicación horizontal". Revista Comunicación y Sociedad, Editorial Cortéz, (Sao Paulo), 6 (1979): pp. 5-35.  
<http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>
- César Bernal Bravo, M. Carmen Navarro García-Suelto y Sonia Santoveña Casal. (2018). Investigación en metodologías virtuales, redes sociales y comunicación. Ediciones Octaedro. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/116820>
- Chadi de Yorio, MR (2007). Redes sociales en el trabajo social. Editorial Espacio. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/66926?page=5>
- Fresno, MD Paunero, DS y Marqués, P. (2014). Conectados por redes sociales: introducción al análisis de redes sociales y casos prácticos. Editorial UOC. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/113723?page=1>
- Gallego, S. (2011). Redes sociales y desarrollo humano. En Barataria, Revista Castellano-Manchega de Ciencias sociales, (12), pp. 113-121. Asociación Castellano Manchega de Sociología. Toledo, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322127622007>
- Gallego, S. (2016). Redes sociales digitales, información, comunicación y sociedad en el S.XXI. <https://eprints.ucm.es/44233/1/T39077.pdf>
- Hein, K., Cárdenas, A., Henríquez, K., Valenzuela, S. (2013). Aproximación al análisis cualitativo de redes sociales. Experiencias en el estudio de redes personales mediante Ego.Net.QF. Revista hispana para el análisis de redes sociales. (24).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93129550003>

- López, J. (2013). Breve recorrido por la investigación en la Comunicación Participativa de Latinoamérica. Revista Desbordes. Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, UNAD.  
[https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003\\_Breve\\_recorrido\\_por\\_la\\_investigacion.pdf](https://academia.unad.edu.co/images/investigacion/hemeroteca/DESBORDES/2011/003_Breve_recorrido_por_la_investigacion.pdf)
- Santos Requena, F. (1989). El concepto de red social. Reyes. Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 48, 1989, págs. 137-152.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249260>
- Vélez, G. (2011). Exploración de las relaciones entre redes sociales y comunicación. En razón y palabra (61). <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n61/gvelez.html>
- Villasante, T. (sf). La sociopraxis, un enlace de metodologías participativas.  
<http://www.ecosad.org/laboratorio-virtual/phocadownloadpap/METODO-IMPLICATIVAS/la-socio-praxis-un-acoplamiento-de-metodologias-implicativas-r-villasante%202.pdf>
- Villasante, T. (2010). Redes sociales para la investigación participativa. En: Sociedad Hoy, núm. 18, 2010, págs. 109-129. Universidad Roja de Concepción. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/11154?page=1>
- Villasante, T., Gutiérrez, P. (2007). Redes y conjuntos de acción para aplicaciones estratégicas en los tiempos de la complejidad social. En: Política y Sociedad, (44), pp 125-140.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2306756>