

# Formación de investigadores en pregrado. Semillero de investigación de comunicación digital y ciberculturas

Training of undergraduate researchers. Digital cyberculture communication research hotbed

Carlos Andrés Trejos-Gil\*  
María Cecilia González-Callejas\*\*

Recibido: 25 de noviembre de 2021–Aceptado: 25 de marzo de 2022

**Forma de citar este artículo en APA:** Trejos-Gil, C. A., & González-Callejas, M. C (2022). Formación de investigadores en pregrado. Semillero de investigación comunicación digital y ciberculturas. *Ciencia y Academia*, (3), 142-156. <https://doi.org/10.21501/2744838X.4490>

\* Magíster Internacional en Dirección Estratégica; Magíster en Administración y Dirección de Empresas (MBA). Especialista en Alta Gerencia. Publicista. Ingeniero Administrativo. Programa de Comunicación Social. Líder de grupo de investigación Urbanitas, Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Contacto: carlos.trejosgi@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6769-3396>

\*\* Magíster en Comunicación. Especialista en Docencia Investigativa Universitaria. Comunicadora Social. Periodista. Programa de Comunicación Social, integrante del grupo de investigación Urbanitas. Universidad Católica Luis Amigó, Medellín-Colombia. Contacto: maria.gonzalezll@amigo.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0066-5040>

## **Resumen**

En el ámbito universitario son muchos los estudiantes que tienen un perfil investigativo sin que se identifique siquiera por ellos mismos. Es menester del profesorado incentivar a los jóvenes universitarios para que se motiven a ingresar a una formación investigativa que permita facultar habilidades adicionales en su formación académica, independiente de su profesión. Es por esto que surge la necesidad de una reflexión documental que consigne la situación actual de los universitarios sobre su displicencia hacia la investigación y proponer un semillero de investigación científica para estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Católica Luis Amigó como caso de estudio, con la respectiva fundamentación teórica y estructura organizacional que le permita servir a la comunidad académica de modelo para la creación de otros semilleros de investigación en otras universidades relacionadas con el área de conocimiento de las ciencias sociales y humanidades.

## **Palabras clave:**

Investigador científico; Universidad; Formación de investigadores; Comunicación móvil; Tecnología de la información; Investigación; Estudiante; Comunicación; Organismo científico; Conocimiento.

## **Abstract**

In the university field there are many students who have an investigative profile without identifying themselves, it is necessary for teachers to encourage young university students to be motivated to enter research training that allows to improve additional skills in their academic training independent of their profession. This is why there is a need to capture under reflection a document that achieves the current situation of university students on their displicence towards research and propose a hotbed of scientific research for students of Social Communication as a case study, with the respective theoretical foundation and organizational structure, that allows it to serve the academic community as a model for the creation of other research hotbeds in other universities related to the area of knowledge of the social sciences and humanities.

## **Keywords:**

Scientific researchers; University colleges; Research training; Mobile communication; Information technology; Scientific research; Students; Communication; Research institutions; Knowledge.

# Introducción

La investigación universitaria es, quizás, una de las funciones sustantivas de mayor peso en las instituciones de educación superior, sin ser tema de discusión frente a las demás funciones sustantivas. En Colombia se propende porque la investigación sea promotor de soluciones significativas en ámbitos de desarrollo social y económico. En consecuencia, los programas de educación superior ofertan oportunidades en formación investigativa para la comunidad estudiantil desde cada programa, con líneas temáticas específicas que le permitan al estudiante, además de comprender las metodologías investigativas, profundizar científicamente sobre una temática en particular donde el estudiante se encuentre interesado en participar en la generación del conocimiento y los aportes propiamente dichos en términos de aportes a la comunidad.

En este sentido, el programa de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Publicidad y Diseño de la Universidad Católica Luis Amigó promueve la participación en los diferentes semilleros de investigación en los estudiantes de los programas de la facultad con el propósito que el estudiante adquiera habilidades investigativas, y se generen “comunidades donde se fomenta la formación investigativa” (Díaz Mendoza, 2015, p. 44) emprendiendo un camino en el que en primera instancia esté la formación investigativa, seguido de la participación como auxiliares de investigación y poder aplicar a futuro como joven investigador.

## Contexto en semilleros de investigación

Un semillero de investigación es un grupo de estudiantes interesados en realizar procesos investigativos, además de la adquisición de competencias propias del saber científico, estos estudiantes se encuentran orientados por un docente que a su vez coordina el semillero y se cerciora de que se cumplan los diferentes procesos tanto pedagógicos como procedimentales, en relación a su coordinación y a la producción esperada por el grupo de estudiantes. Los estudiantes, motivados por las diferentes líneas temáticas investigativas, emprenden un camino autónomo que contribuye a su empoderamiento en la producción de conocimiento (Gallardo Cerón, 2014, p. 73) científico mediante el cual en conjunto aprenden a investigar investigando (Fuentes-Mejía, 2015; Molineros Gallón, 2009), generando competencias de base como se asemeja en la realización de su trabajo de grado como sucede en los últimos semestres de su carrera profesional.

Sin embargo, los estudiantes en la actualidad, aunque tienen una oferta amplia de semilleros de investigación en las Instituciones de Educación Superior (IES), por lo general se da la baja participación en los semilleros con poca motivación a vincularse a ellos evidenciando un desinterés patente y constante a través del tiempo (Betancur, 2018; Díaz-López et al., 2019; Silva Arias et al., 2007); aunque se han contrarrestado tales efectos negativos hacia los semilleros, se han creado y formalizado semilleros con pertinencia, no solo para los estudiantes, sino para la actualidad propiamente en la formación del profesional de la comunicación social, con el propósito de mitigar el desinterés de los estudiantes hacia los semilleros.

Los docentes claman semilleros que los motiven desde sus contenidos contemporáneos y que ellos mismos perciban una afinidad desde sus vacíos en los contenidos curriculares que satisfaga sus necesidades; es allí donde se propone un semillero de investigación en el ámbito digital, teniendo en cuenta la actualidad e importancia de las comunicaciones mediatizadas por plataformas y la internet. Más allá de las competencias que les genera a los estudiantes por el hecho de pertenecer a un semillero, en términos de sensibilidad por la investigación, capacidad crítica, capacidad propositiva, comunicación oral y escritura científica, trabajo en equipo, y otras que complementan su formación como el fortalecimiento de la excelencia académica y el desarrollo social entre otras (Díaz-López et al., 2019; Díaz Mendoza, 2016; Universidad EAN, 2017; Silva Arias et al., 2007). Los estudiantes tienen la oportunidad de profundizar en áreas relacionadas con sus profesiones y de alta pertinencia para su formación profesional, así mismo, encuentran perfiles investigativos que facultan sus conocimientos específicos ampliando su perfil profesional al momento de obtener su título profesional.

Es así como los mismos estudiantes son quienes han manifestado la necesidad de obtener espacios de semillero relacionados a la era digital en el que se exponen innumerables vertientes a estudiar y donde los estos demandan contenidos relacionados a la influencia digital desde sus profesiones, principalmente en el área de la comunicación social, la publicidad y el diseño; también solicitan temáticas que les permita fortalecer sus valores personales y profesionales desde la axiología como lo puede complementar la formación investigativa (Meriño Córdoba et al., 2020). En la era de los nativos digitales, es mucho más relevante generar estos espacios de discusión crítica, investigación y estudio de fenómenos culturales, donde la digitalización hace parte de la cotidianidad y donde los conceptos mutan para comprender las transformaciones de la sociedad y los distintos sectores, teniendo en cuenta que actualmente este tipo de profesiones están totalmente relacionados con las cuartas pantallas, las narrativas digitales, la comunicación transmedia y los múltiples conceptos que son de auge en todo programa relacionado con la comunicación digital.

## Pertinencia de semilleros de investigación en el ámbito comunicación digital

Manuel Castells (2012) afirma que en los últimos veinte años ha existido una transformación revolucionaria de la tecnología, morfología y organización de la comunicación, transformación comprendida como la mutación de la comunicación de masas a la auto-comunicación de masas ejemplificada por internet, redes móviles de tipo multimodal y con interactividad como norma principal. Así mismo, los consumidores que actualmente dejan de tener una posición pasiva a activa, se transforman a la producción de contenidos con la implementación de diferentes herramientas digitales conocido como un prosumidor, quien no solo consume contenidos, sino que los produce o los crea (Andrade Yejas, 2016; Fernández Castrillo, 2014; Islas-Carmona, 2009; Scolari, 2013), más ahora en la sociedad de la ubicuidad (Islas-Carmona, 2009).

Por otro lado, mientras se impone la tecnología en los medios de comunicación tradicionales con propósitos mediáticos educativos y de entretenimiento, las narrativas digitales conocido también como *Storytelling*, el marketing de contenidos, y publicaciones en redes sociales, permiten que las comunicaciones análogas como nuevas ecologías de los medios converjan como información de valor e impacto en los textos hipermediatizados para persuadir a los públicos digitales de aquellas empresas que se apropian del marketing directo y digital en pro de la construcción de marca (Barrios Rubio, 2014; Scolari, 2013, 2015; Sepúlveda & Suárez, 2016; Trejos-Gil, 2008). De esta manera surge la necesidad de profesionales en la comunicación que dominen habilidades digitales en su quehacer profesional. En Colombia cada vez más existe en los planes curriculares formación investigativa, vinculación a los proyectos investigativos del docente y realización de proyectos e innovaciones propios (Quintero-Corzo et al., 2008).

Por otro lado, los estudiantes de comunicación manifestaban el interés y la ausencia en su formación en temas relacionados al ámbito digital, aunque tuviesen bastantes competencias digitales y “ya vienen con un chip insertado” (Rodelo, 2016); así mismo, estudios demuestran que las tecnologías y el uso de herramientas digitales facilitan su aprendizaje (Trejos-Gil & Castro-Escobar, 2020; Meriño Córdoba et al., 2020), además de la latente pertinencia del marketing digital en las empresas de diferentes sectores sobre todo en los tiempos actuales (Trejos-Gil, 2020).

Por tal razón, desde el segundo semestre de 2018, en la Universidad Católica Luis Amigó se crea un grupo de interés de estudiantes con miras a indagar e investigar en ámbitos digitales relacionados a los programas de Comunicación Publicidad y Diseño, en donde en el 2019 inicia el semillero de investigación de Comunicación Digi-

tal y Ciberculturas (CDC), mediante el cual los estudiantes semilleristas se inquietan por el estudio a profundidad de los fenómenos digitales en las esferas empresariales y sociales en el que sus profesiones tienen inferencia directa y que permiten el estudio de tales fenómenos, permitiéndoles obtener competencias particulares en lo digital y su propio saber profesional de carácter investigativo.

## **Semillero de investigación de Comunicación Digital y Ciberculturas (CDC)**

En el ámbito de la comunicación, la publicidad y el diseño actualmente las empresas demandan una efectividad en los métodos comunicacionales de su marca y productos; existen múltiples medios de comunicación para realizar eficientemente sus comunicados, *spots* publicitarios o piezas gráficas y más cuando se habla de cuartas pantallas y promociones transmedia. En este sentido, el semillero CDC responde a los siguientes cuestionamientos inicialmente planteados: ¿Cómo se pueden ejecutar las diferentes estrategias digitales para las compañías? ¿Cómo se encuentran actualmente las empresas frente a sus actividades digitales? ¿Cómo se comporta el mercado hoy día frente a la ciberdependencia, ciberculturas y mundo digital en diferentes ambientes profesionales, laborales, empresariales y distintos fenómenos coyunturales en la aplicación de los nuevos dispositivos? ¿cómo están actuando las empresas y la sociedad frente a estos nuevos canales de comunicación, a las diferentes pantallas, y demás particularidades y aplicaciones digitales?

Los nuevos alcances tecnológicos y las comunicaciones mediatizadas por los diferentes canales de comunicación incentivan a profesionales de la comunicación que ejecuten estudios investigativos que respondan a los cuestiones planteadas entre muchos otros que surgen en el trasegar de sus investigaciones y los avances modernos de la comunicación digital (Barrios Rubio, 2014; Jódar Marín, 2010; Scolari, 2015). Es pertinente la formación investigativa de comunicadores con énfasis en la comunicación digital y ciberculturas (Marín Ardila, 2010; Rueda Ortíz, 2008; Scolari, 2015), dado que en un futuro cercano se logre nuevos profesionales proveedores de información y entretenimiento digital en una era de revolución de las tecnologías de la información (Negroponte, 2000), descubrir nuevos modelos comunicacionales y métodos promocionales como marketing digital para las empresas y diferentes poblaciones definidas en ámbito local y nacional.

Por esta razón, es necesario un semillero que incentive la investigación en estas ciberculturas y digitalización de la comunicación, que satisfaga la necesidad de conocimiento del campo digital y múltiples aplicaciones de tecnologías en pro de la solución de los fenómenos actuales que se vienen presentando en la era de las cuartas pantallas, tecnologías móviles y digitales.

## Aspectos formales del semillero de Comunicación Digital y Ciberculturas (CDC)

Como todo grupo de personas, esta organización debe tener un horizonte planteado cuando trabajan en un bien común, es necesario que se declaren ciertos formalismos que determinen un camino a seguir, una identidad, una filosofía propia del trabajo mancomunado que los identifique y unos objetivos particulares que decante el quehacer como grupo investigativo en este caso, por tal razón, a continuación se presentan la plataforma estratégica del grupo de semillero de investigación CDC que propone claramente su misión como razón de ser, su visión a futuro y sus objetivos a alcanzar.

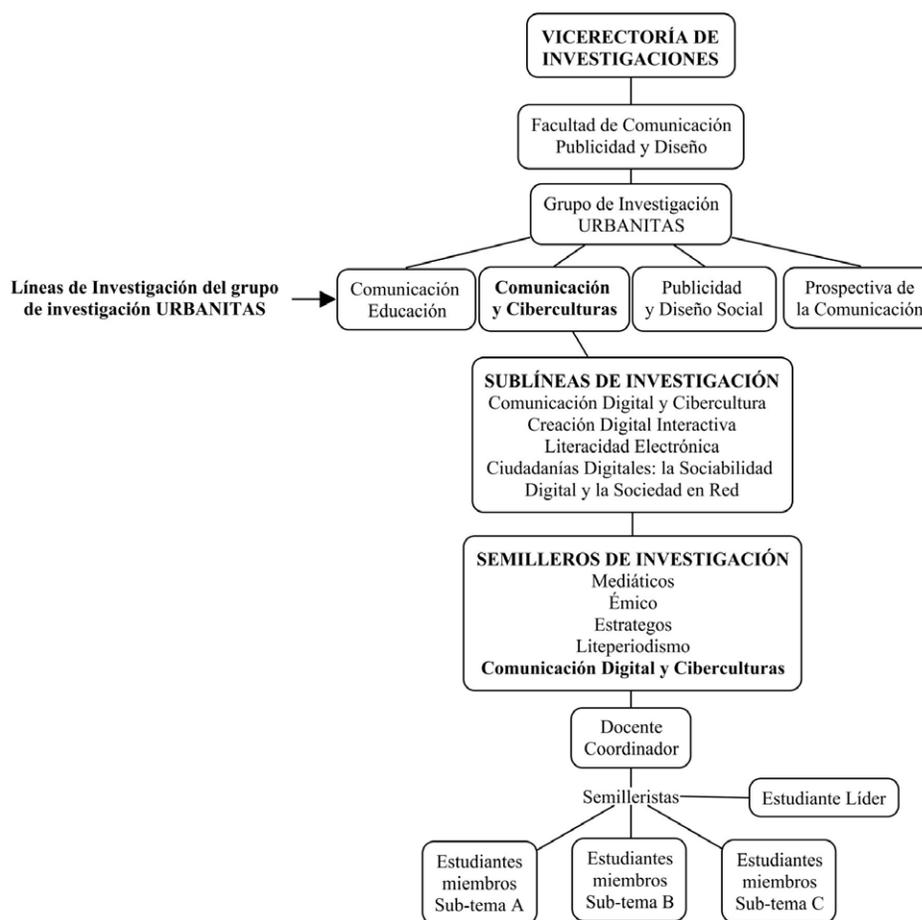
**Tabla 1.** Aspectos formales del semillero de investigación Comunicación Digital y Ciberculturas

Aspecto	Descripción
Misión	El semillero CDC es un grupo de estudiantes y docentes de la Universidad Católica Luis Amigó que promueve la creación del espíritu investigativo y su fortalecimiento en los estudiantes, mediante el estudio teórico y aplicación del conocimiento del mercado frente a los fenómenos digitales y sus múltiples aplicaciones en diferentes ámbitos. Principalmente se fomenta el trabajo en equipo, el estudio permanente la interacción entre lo teórico y lo práctico con el propósito de brindar soluciones y generar conocimiento e innovación para la sociedad.
Visión	Para el año 2025 pretende ser un semillero de investigación reconocido en la línea temática en Comunicación Digital y Ciberculturas, con logros como soluciones a diferentes poblaciones de la ciudad, producción científica por los semilleros en revistas indexadas, ponencias regionales, nacionales y vinculación a grupos de Semilleros de Investigación como Red Colombiana de Semilleros de Investigación, entre otros.
Objetivos	Formar estudiantes en competencias investigativas en áreas de conocimiento e innovación digital para la sociedad en comunicación Digital y Ciberculturas para los estudiantes de Comunicación Social, Publicidad y Diseño. Acompañar a los estudiantes en procesos investigativos, con fundamentación teórica y metodológicamente sostenible y sustentable de calidad en la formulación de sus proyectos de investigación. Incentivar y participar en los diferentes eventos investigativos de carácter local, regional y nacional para la ponencia de sus proyectos de investigación ante la comunidad académica investigativa. Contribuir a la generación de investigaciones para el posicionamiento de la línea de investigación Comunicación Digital y Ciberculturas, y fortalecer la línea de investigación en Comunicación y Ciberculturas del grupo URBANITAS.

En consecuencia, se requiere que exista una estructura orgánica tipo organigrama que defina la ubicación y rol de cada integrante, comprendiendo no solo sus funciones sino su ubicación jerárquica para estipular los protocolos y conductos que corresponden del actuar de las personas. En este sentido, la estructura orgánica de los semilleros de investigación por la facultad de Comunicación Publicidad y Diseño, parte desde una dirección institucional encabezada por la Vicerrectoría de Investigaciones y que dirige los diferentes grupos de investigación de la institución; en la facultad se representa por el Grupo URBANITAS, y que a su vez se adscriben los diferentes semilleros de investigación (Figura 1).

Cada semillero es coordinado por un docente investigador quien a su vez nombra un estudiante líder que acompaña y apoya a los semilleristas, del mismo modo, direcciona los procedimientos y procesos propios del semillero, como es el caso del semillero de Comunicación Digital y Ciberculturas. El estudiante líder generalmente es de semestres avanzados y ha tenido acercamientos investigativos (Díaz Mendoza, 2015); además, es un auxiliar de investigación adscrito a un proyecto de investigación científico del docente coordinador.

Figura 1. Organigrama de los semilleros de investigación de la Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño



## Líneas temáticas y énfasis del semillero de Comunicación Digital y Ciberculturas–CDC

Actualmente el semillero de investigación de CDC posee los siguientes intereses temáticos en investigación, donde los semilleristas podrán elegir cualquiera de ellas para realizar su propia investigación u otra línea que sea concerniente a los temas y énfasis del semillero, entre ellas están:

- Tecnologías de la información y la comunicación
- Comunicación corporativa digital
- Publicidad digital
- Diseño digital
- Ciberculturas
- Culturas digitales
- Soluciones digitales corporativas
- Empresas digitales
- Comportamientos y población digital
- Ciberdependencias
- *E-Learning – B-Learning*

## **Estrategias de trabajo del semillero de Comunicación Digital y Ciberculturas – CDC**

Si bien cada semillero de investigación, y cada sublínea investigativa tienen sus propias metodologías y estrategias de trabajo. El semillero de CDC presenta a continuación algunas de las principales estrategias y métodos de trabajo, para que los semilleristas identifiquen en primera instancia qué es y cuáles son los términos de estudio y formación a las que se verán inmersos dentro del semillero CDC. Tales estrategias de trabajo son:

- Docencia directa en formación a la investigación científica.
- Asesoría para propuestas de proyectos de investigación de los estudiantes.
- Acompañamiento en el desarrollo de los proyectos de investigación de cada estudiante o grupo de estudiantes.
- Familiarizar a los estudiantes con las estructuras y protocolos, métodos científicos e instrumentos de investigación en la escritura científica.
- Articulación de algunos de los proyectos de investigación a los proyectos de investigación del docente encargado del grupo de investigación URBANTAS – Comunicación y Ciberculturas.
- Acompañamiento en el desarrollo de instrumentos, aplicación en trabajos de campo, análisis de resultados, hallazgos, conclusiones y recomendaciones.

- Presentar los proyectos de investigación en los diferentes encuentros de investigación, y eventos de Semilleros de Investigación de índole local, regional y nacional.
- Participar en asociaciones y corporaciones referentes a la investigación como la Red Colombiana de Semilleros de Investigación.
- Estrategias de divulgación de sus investigaciones como producción científica en revistas indexadas.

## **Perfil del semillerista de CDC**

Los semilleristas que desean participar del semillero de investigación Comunicación Digital y Ciberculturas implícitamente deben contar con una serie de condiciones actitudinales y previos intereses que lo hacen un firme candidato para integrarse al equipo de CDC. Estas condiciones se catalogan como perfiles propios del aspirante a semillero. El estudiante debe tener un interés particular en la línea investigativa, también debe pasar por un proceso de entrevista realizada por el docente coordinador del semillero quien está facultado mediante la entrevista personal en detectar condiciones propias que hacen de un estudiante con perfil apto para pertenecer al semillero. Tanto el estudiante como el docente coordinador deben tener claro que el estudiante cumple en su mayoría con las siguientes condiciones:

- Trabajo en equipo
- Trabajo bajo presión
- Lectura y redacción
- Espíritu investigativo
- Participación en eventos científicos en calidad de ponentes
- Colaboración
- Interés en el campo digital
- Capacidad crítica y argumentación
- Asistencia a reuniones de trabajo
- Asistencia a reuniones de estudio
- Desarrollo de actividades de divulgación
- Desarrollo de los compromisos adquiridos
- Habilidades comunicacionales

## Del dicho al hecho. Articulación del semillero con proyectos de investigación científica

Desde los inicios del semillero de investigación Comunicación Digital y Ciberculturas, el docente coordinador del semillero ha articulado sus investigaciones con las investigaciones de los semilleristas, encargando ciertas actividades de todo el proceso investigativo, con el propósito que los estudiantes tengan la experiencia de participar activamente en un proyecto de investigación científica, y en el mismo orden ha aprendido ciertas metodologías implementadas que puedan servir de ejemplo en sus propias investigaciones.

Algunas de las experiencias investigativas por parte del docente coordinador del semillero CDC que se han articulado con los semilleristas y sus propios proyectos investigativos son:

- Diagnóstico y plan de implementación de herramientas tic para la labor docente.
- Plan de implementación del *marketing* digital para pymes inscritas a la *Cámara de Comercio Aburrá Sur*; Antioquia-Colombia.
- Análisis del uso de redes sociales en la campaña para alcaldía de Bogotá, Cali, Manizales, Medellín y Montería en el año 2020.
- Ambientes virtuales para la prestación de los servicios en psicología *on line*.
- Visualización del proceso académico de formación en tiempo real; Desarrollo de una App.
- Marketing estratégico en las redes sociales
- Modelo logístico de cuantificación del grado de apropiación de App universitarias
- La inteligencia artificial aplicada al Periodismo de datos. Caso El Colombiano y El País (España).

Son estos algunos de los ejemplos de proyectos de investigación en los que los estudiantes semilleristas tienen participación junto con el docente coordinador del semillero en CDC, y que hace parte integral de la formación del integrante al semillero en mención.

## A modo de conclusión

De acuerdo con la teoría fundada sobre la pertinencia de los semilleros de investigación en líneas temáticas a las ciberculturas y digitalización con las profesiones de la comunicación social, la publicidad y el diseño, son importantes los grupos investigativos que con sentido crítico y argumentado científicamente se reúnan a desarrollar investigaciones relacionados a los fenómenos comunicativos en ámbitos digitales y los contextos de las ciberculturas. Este tipo de semilleros de investigación permiten al profesional de la comunicación, de la publicidad y el diseño avanzar en investigaciones que permitan conocer a fondo los diferentes fenómenos que se presentan en tales contextos; además que propende por una formación integral como profesionales en términos investigativos, que a fin de cuenta se verá reflejado en sus gestiones profesionales en las áreas relacionadas a la comunicación digital.

A pesar de que no exista interés por el estudiantado en pertenecer a semilleros de investigación propuestos por los diferentes programas, la permanencia, constancia, resultados investigativos y las experiencias de los estudiantes semilleroistas evidencian a sus propios pares una diferenciación y un valor adicional en el profesional con énfasis investigativo; promueven la participación en los diferentes semilleros por parte de los estudiantes. Del mismo modo, los incentivos institucionales que se brindan a los estudiantes semilleroistas reflejan la importancia que las IES ofrecen a este tipo de formación en los estudiantes universitarios; no obstante, estos incentivos no son el motor que promueve la participación de los estudiantes en tales programas investigativos, pues si bien, los semilleros en términos generales no generan una valoración cuantitativa ni cualitativa teniendo en cuenta que no están sujetos a una malla curricular de un programa académico, la motivación es propia de cada estudiante en función de su crecimiento profesional y diferenciación que le genera a este. Por tal razón, el estudiante debe apelar a su propia voluntad, interés, constancia y esfuerzo; son ellos quienes deben tener clara la importancia del curso y formación de un semillero en su crecimiento profesional.

Finalmente, se invita a los estudiantes que se vinculen a cualquiera de los semilleros de investigación que oferta los diferentes programas de educación superior como parte de su crecimiento y formación académica. Mediante la investigación científica los estudiantes tienen la oportunidad de contribuir a la generación de conocimiento a través de los semilleros investigativos, plasmar sus experiencias, hallazgos fundamentados teóricamente bajo un método de investigación, por medio de diferentes ponencias locales, nacional e internacionales; del mismo modo, con la escritura de su propio artículo científico, en este caso, en el campo de la comunicación digital, con el fin de visibilizar y compartir sus ejercicios investigativos.

# Conflicto de intereses

Los autores declaran la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

## Referencias

- Andrade Yejas, D. A. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de marca ciudad. *Revista Escuela de Administración*, (80), 59-72. <https://doi.org/10.21158/01208160.n80.2016.1457>
- Barrios Rubio, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. *Cuadernos.Info*, (34), 165–181. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.519>
- Betancur, J. D. (2018). La investigación formativa como una oportunidad para generar reflexiones académicas acerca de los conocimientos científicos: Contextos y realidades. En P. A. Montoya Zuluaga y S. N. Cogollo Ospina (Eds.), *Situaciones y retos de la investigación en Latinoamérica*. Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://bit.ly/3zay0Br>
- Castells, M. (2013). Prefacio: Autocomunicación de masas y movimientos sociales en la era de Internet. *Anuario Del Conflicto Social*, 1(1), 11-19. <https://bit.ly/3OdYfew>
- Díaz-López, L. M., Ruiz-Claros, C., & Cuellar-Cuellar, K. Y. (2019). Diseño de estrategias para incentivar la participación de los estudiantes del programa Administración de Empresas en los semilleros de investigación de la Universidad de la Amazonía. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 227–244. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2303>
- Díaz Mendoza, J. E. (2015). Semilleros de Investigación en la Facultad de Ciencias de la Salud, una experiencia en la Corporación Universitaria Adventista. *UNACIENCIA*, 8(15), 41-59. <https://bit.ly/3yOtxDc>
- Fernández Castrillo, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53–67. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ciyc.2014.v19.43903](https://doi.org/10.5209/rev_ciyc.2014.v19.43903)

- Fuentes-Mejía, C. (2015). Investigación en educación: de la práctica docente a los aspectos epistemológicos, éticos y sociales. *Praxis & Saber*, 6(11), 235–244. <https://bit.ly/3IL8171>
- Gallardo Cerón, B. N. (2014). *Sentidos y perspectivas sobre semilleros de investigación colombianos, hacia la lectura de una experiencia* [Tesis doctoral, Universidad de Manizales]. Repositorio institucional. <https://bit.ly/3RDUpOO>
- Islas-Carmona, J. O. (2009). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11(1), 29-39. <https://bit.ly/3zb5m3a>
- Jódar Marín, J. Á. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, (71), 1–11. <https://bit.ly/3uPwrq8>
- Marín Ardila, L. F. (2010). Sobre la investigación en las facultades de comunicación. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 488–494. <https://bit.ly/3yPowul>
- Meriño Córdoba, V. H., Martínez De Meriño, C. Y., Ortiz Sánchez, L. M., & Trejos Gil, C. A. (2020). Jerarquía de valores de los estudiantes de Instituciones de Educación Superior. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(4), 195-205. <https://bit.ly/3jEoIo7>
- Meriño Córdoba, V., Martínez de Meriño, C., Ortiz Sánchez, L., López Giraldo, J., & Beltrán Ríos, J. (2020). Sistema axiológico de los alumnos del Programa Contaduría Pública de la Universidad Católica Luis Amigó–Medellín–Colombia. *Revista Espacios*, 41(16), 12–18. <https://bit.ly/3RAbsS9>
- Molineros Gallón, L. F. (2009). *Orígenes y dinámicas de los semilleros de investigación en Colombia: La visión de los fundadores*. Universidad del Cauca. <https://bit.ly/3uXchAX>
- Negroponte, N. (2000). *El mundo digital: El futuro que ha llegado*. Barcelona.
- Quintero-Corzo, J., Munévar-Molina, R. A., & Munévar-Quintero, F. I. (2008). Semilleros de investigación: una estrategia para la formación de investigadores. *Educación y Educadores*, 11(1), 31–42. <https://bit.ly/3aIdDCv>
- Rodelo, Frida V. (2016). ¿Quién le teme a Facebook?. *Comunicación y sociedad*, (25), 303-307. <https://bit.ly/3cn8bp7>
- Rueda Ortiz, R. (2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. *Nómadas*, (28), 8–20. <https://bit.ly/2rKxyHg>

- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría (y más allá). En C. A. Scolari (Ed.), *Ecología de medios: entornos, evoluciones e interpretaciones* (pp. 15-44). Gedisa. <https://bit.ly/3o8HQgZ>
- Sepúlveda Cardona, E., & Suárez Quiceno, C. (2016). *Transmedia literacy e intertextualidad*. Fondo Editorial Universidad Católica Luis Amigó. <https://bit.ly/3uTX7Gk>
- Silva Arias, A. C., Torres Rodríguez, M., González Román, P., & Sarmiento Espinel, J. A. (2007). Dinámicas de los semilleros de investigación en la UMNG. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 16(1), 131-149. <https://bit.ly/3yIeIIL>
- Trejos-Gil, C. A. (2020). Pertinencia del Marketing digital en las empresas de Aburrá Sur. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (88), 81-101. <https://doi.org/10.21158/01208160.n88.2020.2696>
- Trejos-Gil, C. A.; Castro-Escobar, H. Y., (2020). Implicaciones ontológicas en el aprendizaje a partir del distanciamiento social impuesto por la pandemia COVID-19. *Revista Utopía y Práxis Latinoamericana*. 25(8), 231-247. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4087453>
- Trejos-Gil, C. A. (2008). El marketing directo en la organización en pro de la construcción de marca. *Revista de Investigaciones Universidad Católica de Manizales*, 8(12), 84-94. <https://bit.ly/39jNFAb>
- Universidad EAN. (2017). *Protocolo para la participación en semilleros de investigación*. <https://bit.ly/3RCtdA1>