

## Aproximación sociocultural al estudio de los videoblogs: Una propuesta metodológica para el análisis de los vlogs de viajeros

### Sociocultural approach to the study of videoblogs: A methodological proposal for the analysis of traveler vlogs

MISSAOUI Fatima Zohra\*<sup>1</sup>, BENSATLA TANI Sidi Mohammed<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidad Abou Bekr Belkaid, Tlemcen, [fatima.missaoui@univ-tlemcen.dz](mailto:fatima.missaoui@univ-tlemcen.dz)

<sup>2</sup> Universidad Abou Bekr Belkaid, Tlemcen, [bensatlatm@hotmail.fr](mailto:bensatlatm@hotmail.fr)

*Reçu le: 28 /02 / 2021*

*Accepté le: 21 /05 / 2021*

*Publié le: 01 /06 / 2021*

#### **Resumen:**

La investigación en las producciones audiovisuales, como los vlogs, cobra menor interés académico en comparación con el estudio de otras redes sociales. En este sentido, el presente artículo propone una metodología para analizar videos de viajeros; y presenta una aproximación a los aspectos culturales transmitida por vlogueros mediante sus cámaras viajando por el mundo.

Se espera que este artículo sea de utilidad práctica para la investigación social y cultural en el campo de la literatura de viajes representada por los videoblogs.

**Palabras Clave:** Estudio cultural; metodología; vlogs de viajeros; producción audiovisual; literatura de viaje.

#### **Abstract:**

The research of the audiovisual productions of vlogs in the social sciences has no greater academic interest compared to the study of other social networks. In this sense, this article presents some approaches to the cultural aspects transmitted by vloggers through their cameras travelling around the world. In addition, this study delves into a methodological proposal for the analysis of traveler videos.

This paper is expected to be of practical use for research in the area of contemporary travel literature represented by traveler vlogs.

**Keywords:** Cultural study; methodology; traveler vlogs; audiovisual production; travel literature.

\* Auteur expéditeur : MISSAOUI Fatima Zohra

Email: [fatima.missaoui@univ-tlemcen.dz](mailto:fatima.missaoui@univ-tlemcen.dz)

## ***Introducción***

Los “videoblogs o vlogs”<sup>1</sup> se están integrando en el mundo de internet, y van teniendo cada vez más terreno en comparación con otros contenidos de los blogs.

La literatura clásica se está marginalizando por un género nuevo de transmisión cultural y de integración social, por lo que llamamos vlogs. Los vlogs han tenido un lugar muy importante en el campo de la diversidad cultural. Sin embargo, los estudios sociales relacionados con este nuevo género son escasos, ya que los antropólogos y los estudiosos de la sociología cultural no tratan el tema de los vlogs y sus aportaciones, aunque los vlogs quedan un instrumento eficaz de difusión de culturas y de integración intercultural.

Este estudio tiene como objetivo principal proponer una metodología para analizar esta forma reciente de la expresión social y de la comunicación cultural, que está relacionada estrechamente con las nuevas tecnologías. Además, trata demostrar la percepción de la diversidad de las culturas en el contenido de los videoblogs.

La importancia del trabajo viene de la escasez y la abundancia de los recursos, tanto antropológicos como metodológicos, que permitan explorar este género en la sociología contemporánea.

En esta indagación nos hemos interesado en el estudio de los métodos de análisis de las producciones audiovisuales con el fin de arrojar luz sobre la riqueza cultural que podría ser transmitida por los vlogueros de viaje.

### ***1. Definición de un vlog***

La palabra video-web-logs o vlogs no aparece en el diccionario digital de la Real Academia Española, pero figura en la versión virtual del diccionario Merriam Webster como: un blog más un video (Webster, 2020).

José Luis De Piero (2014) por su parte traduce el término vlog que propone el diccionario online de la editorial estadounidense Merriam Webster como “un blog que contiene material en vídeo” (De Piero, 2014: 79).

Fonseca (2015) afirma que según el interés del consumidor los vlogs podrían ser tres: informativos, educativos y de entretenimiento. Roger Cusa (2011) propone una clasificación de los vlogs en su libro “Crea tu Proyecto Tube” según el tipo de su contenido que puedan ser tutoriales, de humor, de ficción, de modos de vida, de noticias, de animación, de música y de empresas. Pero Cusa no incluye en su clasificación una categoría que consideramos muy importante por su gran difusión como los vlogs de viajeros (Cusa, 2011: 22).

El perfil de los vlogs que nos interesa es el vlog de viajeros, además de ser una herramienta tecnológica, está clasificado como una representación de diversidad cultural. Además, ofrece un carácter social al proporcionar nuevas fuentes de diversidad y de culturalismo; eso lo permite el acercamiento entre el individuo y la sociedad.

---

<sup>1</sup> Se dice también blog video.

## **2. El vlog y su aportación sociocultural**

El contenido de los vlogs de viajeros combina entre la realidad y su representación visual, y entre la biografía y la etnografía, ya que mezcla algunos géneros literarios con unas variedades sociales. También, aborda cuestiones sociales y culturales relacionadas con la autoridad, la autopercepción, la cultura del otro y la alteridad.

Usuarios de vlogs y lectores de literatura de viajes siempre parten con el objetivo de entender, tanto al otro ambiguo como a las diferencias sociales y culturales. Por tanto, se puede decir que los vlogs también representan una literatura transcultural que lleva a la persona a diferentes zonas y contextos.

Lo primero que hemos de exponer en cuanto a la aportación sociocultural de los vlogs de viajeros es la definición de la cultura; ya que está considerada como el concepto más básico para entender la diversidad cultural. Su definición figura en El Preámbulo de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural:

“El conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (UNESCO, 2002: 73).

El término cultura es un concepto complejo que tiene muchas variedades, Rosa Marí Ytarte (2007) afirma que la cultura podría ser entendida bajo varios ángulos: 1) representa la diversidad en sí misma, 2) es llamada globalización y, 3) es la sociedad (Ytarte, 2007: 31).

Hammersley (2019) aclara la historia del término "Cultura" que había sido empleado de manera variable en su tratamiento como singular o plural. Dos versiones de su interpretación singular han sido influyentes: la primera está relacionada con la estética y la ética de la cultura; mientras que la segunda es una concepción de desarrollo en cuya historia se retrata como un crecimiento de la cultura (Hammersley, 2019: 4-5).

La definición del concepto diversidad cultural por su parte aparece en el artículo 4 de la Convención de 2005 como “la multiplicidad de formas en que se manifiestan las culturas de los grupos y sociedades”.

De eso, consideramos que un país culturalmente diverso es el resultado de que sus miembros han podido construirse en un determinado ambiente geográfico, económico, social y cultural. El objetivo de los académicos en ese campo de estudio se dirige principalmente a entender y determinar la concepción de los componentes de la misma sociedad que se forman principalmente por el mecanismo de la mezcla.

No se puede estudiar la diversidad cultural sin hablar del término multiculturalismo que se utiliza generalmente para describir las formas de intervención en una sociedad multicultural. El multiculturalismo social destaca el funcionamiento de la diversidad cultural en una determinada sociedad. Mientras que el término interculturalidad se refiere más bien a la constitución y a la presencia de diferentes culturas en una misma sociedad (Santos, 2014: 117).

La definición del término diversidad cultural en las ciencias sociales nos lleva a acercarnos a su percepción en los espacios digitales, que a Alejandra Val Cubero (2017), en su artículo “La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual?”, lo denomina Diversidad audiovisual.

“(…) La diversidad audiovisual se refiere a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades a través de las industrias audiovisuales (...). La

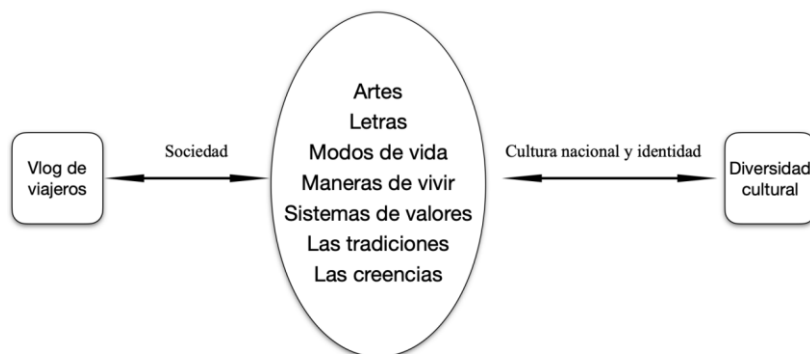
## ***Título: Aproximación sociocultural al estudio de los videoblogs: Una propuesta metodológica para el análisis de los vlogs de viajeros***

diversidad audiovisual se manifiesta a través de distintos modos de creación artística, producción, difusión, distribución y disfrute de las expresiones audiovisuales cualesquiera que sean los medios y tecnologías utilizados” (Cubero, 2017: 125).

Esa definición propuesta por Alejandra Val Cubero, nos lleva a entender la percepción de la diversidad cultural en los vlogs de viajeros como resultado lógico del choque cultural y social.

Se puede resumir lo anteriormente explicado en el siguiente diagrama:

**Diagrama N°1. Relación entre el vlog y la diversidad cultural**



**Fuente:** Elaboración propia

En la última década han sido cada vez más frecuentes los trabajos empíricos en las ciencias sociales basados en contenidos de video. Sin embargo, son pocos los trabajos que detallan aspectos relacionados con la cultura y sus variantes en el estudio de los videos.

Aquí, proponemos una breve revisión de literatura sobre la diversidad cultural, tanto en las ciencias sociales como en el aspecto audiovisual.

Jon Hoem (2004) realizó un estudio titulado “Videoblogs as “Collective Documentary”, en el cual afirma que los blogs han sido un esfuerzo textual, pero que el texto solo es un aspecto de la diversidad de destrezas importantes para entender y gestionar diferentes aspectos de la interacción y comunicación contemporánea. Hoem categoriza el videoblog como una herramienta que puede facilitar y mejorar las acciones creativas de la producción audiovisual, y que promueve un aprendizaje colaborativo y ubicado al individuo, más que un simple consumidor de contenidos, en un productor de contenido (Martínez & Solano, 2010: 81).

En el campo de lo audiovisual, el término diversidad cultural ha sido tratado por Eugenia Siapera (2010) en su libro *Cultural Diversity and Global Media*; en el cual intenta arrojar luz sobre los discursos de culturalismo e interculturalidad como de diversidad cultural en los medios (Siapera, 2010). Desde esta perspectiva, Karina Horsti, Gunilla Hultén y Gavan Titley publican en 2014 el libro titulado: *National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe*, (Horsti, Hultén, & Titley, 2018).

Muchos son los trabajos que indagan el tema de la diversidad cultural. En la educación, ya que la escuela es el lugar de la producción social, pero también un espacio donde es posible estudiar y practicar a la vez nuevas formas de creación y de relacionarse, ensayar interacciones, orientar comportamientos y guiar al aprendizaje y el entendimiento de la riqueza de la diversidad cultural.

Uno de los trabajos que tratan el tema de la diversidad cultural en el aula es: el volumen III sobre la Diversidad cultural y Educación que está compuesto de actividades y ejercicios prácticos y

de materiales teóricos que sirven de apoyo a los docentes para enfrentar la realidad de la diversidad cultural en sus centros educativos (Kaluf, 2005: 6).

Otro estudio sobre la diversidad cultural, el de Rosa Marí Ytarte (2007), titulado: *¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación*, en el cual hace énfasis sobre la cuestión de la diversidad cultural y la interculturalidad en el ámbito educativo y pedagógico. Por su parte, Stephen Tierney publicó el libro: *Accommodating Cultural Diversity*, donde explica la teoría de la diversidad y sus interpretaciones (Tierney, 2007).

La ponencia de Telmo Jiménez titulada “El concepto de cultura y la diversidad cultural, una aproximación para la gestión cultural”, presenta aproximaciones teóricas y metodológicas que llevan los aspectos culturales de los territorios con una gran diversidad lingüística y cultural (Jiménez, 2018).

Danilo Caicedo Tapia y Angélica Porras Velasco en su libro “*Igualdad y no discriminación. El reto de la diversidad*”, publicado en 2010, en el cual se encuentra una gran gama de ensayos que realizan el estudio de casos de la diversidad cultural desde un enfoque práctico (Caicedo & Velasco, 2010).

Otro estudio que aborda el tema de la diversidad cultural en su sentido social y étnico, titulado: *Ética, derechos humanos e interculturalidad* (2016), escrito por un grupo de autores quienes discuten el fenómeno cultural de las sociedades. “La trampa de la diversidad”, escrito por Daniel Bernabé ofrece muy importantes interpretaciones del término Diversidad en el tema de la identidad y la integración social (Bernabé, 2018).

El vlog como herramienta de la diversidad cultural queda un campo virgen que necesita más atención por parte de los investigadores. Los trabajos que tratan el tema del videoblog como instrumento cultural y hecho social son escasos. De aquí viene la importancia de hacer una propuesta metodológica donde exponemos los métodos, técnicas y herramientas posibles para el análisis de los vlogs.

### **3. Propuesta metodológica para el estudio cultural de los vlogs de viajeros**

Para responder a la pregunta: ¿Qué metodología se utiliza a la hora de estudiar los vlogs de viajeros? Por un lado, se ha desarrollado un análisis documental de fuentes primarias y secundarias de diversa índole. Por otro lado, se ha realizado una propuesta metodológica propia para el análisis de los espacios audiovisuales con contenido social.

A nivel metodológico, el estudio se basa en la revisión de publicaciones relacionadas con los videos.

Igor Sabada y Cesar Rendueles (2016) proponen, en su trabajo: *Metodologías de análisis del espacio audiovisual online: Entre la innovación y la ansiedad de la novedad*, una revisión de métodos de análisis de las producciones audiovisuales en la Red.

Arévalo Salinas junto con Alex Iván (2017) han podido proponer una metodología de análisis en los espacios virtuales personales en su artículo: *Propuesta metodológica para el análisis de YouTube y su relación con los movimientos sociales*, en el segundo Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC.

Según las lecturas hechas proponemos una metodología de análisis de los vlogs de viajeros que toma en consideración el vlog, por una parte, como un hecho social y, por otra parte, como un instrumento de diversidad cultural.

## ***Título: Aproximación sociocultural al estudio de los videoblogs: Una propuesta metodológica para el análisis de los vlogs de viajeros***

La propuesta metodológica busca analizar el vlog en su ámbito cultural de manera profunda desde dos planos: mensaje o discurso y emisor. La parte del receptor queda para los espacios digitales que manifiestan su impacto con la audiencia a través del análisis de los comentarios y de su influencia.

En el diagrama siguiente se resumen las metodologías propuestas para el análisis de los vlogs.

**Diagrama N°2. Áreas y métodos de análisis de videoblogs**



**Fuente:** Elaboración propia

El estudio de los videos digitales es analítico, descriptivo y empírico. Es analítico porque se trata de analizar espacios digitales con perfiles audiovisuales. Es descriptivo porque describe los canales de transmisión de informaciones y la identidad digital de los emisores. Y es empírico porque lleva un estudio de caso (Vargas & Ana, 2005: 89-93).

El método de investigación será mixto: cualitativo y cuantitativo; mientras que el diseño de investigación es no experimental como lo explican Vargas M. y Ana I. (2005):

“La investigación no experimental señala estudios de tipo transeccionales o transversales y longitudinales. Estos diseños se aplican en ambos enfoques: cuantitativo y cualitativo (...) la disciplina de la biografía, la ciencia de la fenomenología, la etnografía y los estudios de casos, pueden adoptar uno o más diseños no experimentales” (93).

Los dos métodos utilizados en esta propuesta serán: el análisis de contenido y la etnometodología.

El análisis de los videos requiere escoger la metodología propia para su contenido, y para llegar a responder a la pregunta, hemos de emplear una técnica útil para el análisis explícito e implícito de las producciones audiovisuales de los viajeros.

Por ello, y de acuerdo con Henríquez y González, actualmente el análisis de contenido se puede considerar como una forma particular de análisis de documentos. Con esta técnica no se pretende analizar el perfil o la forma en la que se presenta el texto sino las ideas expuestas en él. (Henríquez & González, 2011: 173).

Según Mendoza (2000), el análisis de contenido es un método que busca identificar el sentido de un mensaje, ya sea éste un discurso, una biografía, una historia, un video o un artículo de revista, etc. Se trata de categorizar y/o decodificar los diversos elementos de las comunicaciones.

Según Álvarez (2011):

“Existen diferentes tipos de análisis de contenido (...): el análisis de contenido cualitativo que permite por ejemplo averiguar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un



contenido. Y el análisis de contenido cuantitativo que tiene como objetivo cuantificar los datos, establecer la frecuencia y las comparaciones de frecuencia de aparición de los elementos retenidos como unidades de información o de significación” (Álvarez, 2011: 120).

El vlog de viajeros combina entre los dos enfoques de análisis de contenido, ya que será un estudio de caso, lo que requiere un paradigma cuantitativo y a la vez un estudio etnometodológico que requiere un paradigma cualitativo para describir y comprender hechos sociales y culturales de una región, comunidad o país, ya que la etnometodología es una técnica que busca comprender una comunidad y su contexto cultural (Álvarez, 2011: 99-109).

**Tabla N°1. Tipos de investigación de los vlogs de viajeros**

<b>Análisis de contenido/ etnometodología</b>	
<p><b>Enfoque cuantitativo</b></p> <p>(la recolección de datos Medición numérica y análisis estadístico)</p>	<p>Finalidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enunciar los objetivos de la investigación, indicando cuál es el caso y qué características, relaciones y procesos se van a observar.</li> <li>2. Indicar cómo se selecciona el caso, y qué técnicas de observación van a ser usadas.</li> <li>3. Recoger los datos.</li> <li>4. Organizar la coherencia de los datos para la unidad del estudio</li> <li>5. Discutir el sentido de los resultados en función de los objetivos del estudio.</li> </ol>
<p><b>Enfoque cualitativo</b></p> <p>(análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación)</p>	<p>Finalidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Caracterizar y responder a las preguntas: - ¿cómo se siente ?, - ¿cómo piensa? y, - ¿cómo actúa la gente?</li> <li>2. Hacer la descripción de cómo la gente vive y cómo lo vive.</li> <li>3. Interpretar los contextos de la realidad social donde se desarrolla la vida cotidiana de las personas y grupos.</li> <li>4. Explicar cómo las personas conocen e interpretan la realidad.</li> <li>5. Internalizar el mundo socio simbólico y cultural de sus contextos.</li> </ol>

**Fuente:** Elaboración propia.

Con la ayuda de la propuesta metodológica para el análisis de YouTube y su relación con las ciencias sociales de Salinas e Iván (2017), hemos intentado elaborar esta metodología para el análisis de los videoblogs de viajeros.

#### **4.1. El emisor**

Este cuadro resume el camino que se toma para estudiar la fase de la emisión que contiene el Análisis del canal o del blog con su identidad digital.

***Titre: Aproximación sociocultural al estudio de los videoblogs: Una propuesta metodológica para el análisis de los vlogs de viajeros***

**Tabla N°2. Proceso de investigación del emisor vloguero de video de viajes**

Biografía del vloguero	Nombre/apellido
	Profesión
	Participación social
	Edad
	Ciudad
	Sexo
	Pasión
	Ocupaciones
	Premios
	Objetivo
Análisis del impacto del emisor	Blog/ vlog
	Enlace web
	YouTube
	Instagram
	Facebook
	Suscripciones
	Calificación en <b>mi gusta o no me gusta</b>
Análisis de la identidad digital	El tipo de contenido: viajes i aventuras <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fotos compartidas</li> </ul>
	Nivel de actividad
	Numero de videos publicados
	Música
	Análisis de comentarios a nivel cuantitativo

**Fuente:** Elaboración propia.

#### **4.2. El video (discurso/mensaje)**

La segunda área de análisis se centra en estudiar el contenido visual del video y relacionarlo con el fenómeno social o cultural estudiado.



**Tabla N°3. Proceso de investigación del discurso del video de viajes.**

<p style="text-align: center;">Aspectos técnicos</p> <p>1. Aspectos de edición y producción Se analiza la calidad de imagen y de cámara. ¿hay una coherencia entre la calidad de videos y la tecnología de cámaras existente?</p> <p>2. Aspectos sonoros Se analiza la música propuesta por el vloguero con su relación con el tema del video. Se analiza el contenido temático del video con las melodías del video.</p>
<p>Aspectos de contenido</p> <p>1. Descripción del video. Se hace mediante la elaboración de una ficha técnica. 2. Grado de deliberación 3. El lenguaje utilizado 4. Los personajes que intervienen en el video 5. El contexto de producción 6. Interacción del emisor 7. Impacto del contexto en el video 8. Grado de Subjetividad / objetividad</p>
<p>Aspectos culturales</p> <p>Se analiza la percepción de los fenómenos sociales y la aparición de aspectos culturales en el video</p>
<p>Estrategias discursivas</p> <p>Se analiza qué estrategia discursiva utiliza el vloguero para trasladar la verdad en su video</p>
<p>Contexto</p> <p>Se analiza el contexto en el cual ha sido filmado el video. ¿Con qué circunstancias y a pesar de cuantas dificultades?</p>
<p>Percepción y realidad</p> <p>Se analiza si el vloguero ha podido hacer de su viaje una aventura real y lógica para el receptor.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

### **Conclusión**

El análisis de los videos de viajeros es un área muy interesante para la contextualización cultural de los países como de las sociedades. Hacer énfasis en las metodologías de análisis de esta producción audiovisual nos acerca al tema de la importancia de los estudios sociales contemporáneos digitales. La diversidad audiovisual que permiten los vlogs de viajeros nos lleva a hacer más esfuerzos en el campo de las metodologías de los movimientos sociales y culturales.

## ***Título: Aproximación sociocultural al estudio de los videoblogs: Una propuesta metodológica para el análisis de los vlogs de viajeros***

### **4. Bibliografía:**

- Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. Neiva.7
- Bernabé, D. (2018). La trampa de la diversidad. Madrid: Ediciones Akal, S. A.
- Caicedo, D. T., & Velasco, A. P. (2010). Igualdad y no discriminación. El reto de la diversidad. Ecuador.
- Cubero, A. (2017). La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual? Diversidad cultural y audiovisual: buenas prácticas e indicadores” (pp. 111-130). Universidad Carlos III de Madrid, España.: Diversidad cultural y audiovisual: buenas prácticas e indicadores”.
- Cusa, R. (2011). Crea tu Proyecto Tube. España: edit. Lid. Fonseca, M. (2015). Recuperado de Mileto: <http://supermiletto.blogspot.com/2015/08/que-es-un-videoblog.html>
- Hammersley, M. (2019). The concept of culture. History and reappraisal.
- Henríquez, F. P., & González, H. G. (2011). Análisis descriptivo de Textos Escolares de Lenguaje y Comunicación. Literatura y Lingüística N°24.
- Horsti, K., Hultén, G. & Titley, G. (2018). National Conversations: Public Service Media and Cultural Diversity in Europe. Chicago, USA.
- Jiménez, T. (2018). El concepto de cultura y la diversidad cultural. una aproximación para la gestión cultural. Mérida.
- Kaluf, C. (2005). Diversidad Cultural. Material para la formación docente y el trabajo de aula. Chile: la oficina regional de la educación de la UNESCO.
- Martínez, S., & Solano, E. (2010). Blogs, bloggers, blogósfera. Una revisión multidisciplinaria. México: Universidad Iberoamericana, A.C.
- Mendoza, G. (2000). Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición, clasificación y metodología. Colombia: Revista de ciencias humanas, N° 20.
- Piero, J. (2014). El vlog como género discursivo: algunos aportes para su definición. Jornaleros. Revista científica de estudios literarios y lingüísticos, pp. 79-86.
- Sabada, I., & Rendueles, C. (2016). Metodologías de análisis del espacio audiovisual online. Entre innovación y la ansiedad de la novedad. Madrid: revista de metodología de ciencias sociales.
- Salinas, A., & Iván, A. (2017). Propuesta metodológica para el análisis de Youtube y su relación con los movimientos sociales. Sevilla: II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC.
- Santos, J. (2014). Cultura e Identidad. Interacción y conflicto en la construcción de una cultura común brasileña. Madrid.
- Siapera, E. (2010). Cultural Diversity and Global Media. The mediation of difference. Malaysia.
- Tierney, S. (2007). Accommodating Cultural Diversity .UK.
- UNESCO. (2002). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Paris: UNESCO. Consulté le 02 12, 2020. Recuperado de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687_spa)
- UNESCO. (2005). Artículo 4.1 de la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

- Vargas, M., & Ana, I. (2005). Guía para elaborar una propuesta de investigación. *Revista Educación*, 29 (2), 67-97. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44029206>.
- Webster, M. (2020). Merriam Webster since 1828. Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/dictionary/vlog>
- Ytarte, R. M. (2007). *¿Culturas contra ciudadanía? Modelos inestables en educación*. Gedisa.