

OSCAR ALFREDO MUÑIZ GIL

Psicólogo. Especialista en Psicología Clínica. Coordinador del Grupo de Investigación en Psicología, Universidad Pontificia Bolivariana. oscar.muniz@upb.edu.co

ANA LUCÍA RICO POSADA

Comunicadora Social. Especialista en periodismo urbano. Docente Facultad de Publicidad. ana.rico@upb.edu.co

CATHERINE JAILLIER CASTRILLÓN

Publicista. Docente Facultad de Publicidad. catherine.jaillier@upb.edu.co

ERIKA JAILLIER CASTRILLÓN

Comunicadora Social, Doctora en Ciencias de la Información y la Comunicación. Docente Facultad de Comunicación Social. erika.jaillier@upb.edu.co

ISABEL CRISTINA TORRES ESTRADA

Publicista. Magíster en Desarrollo. Docente Facultad de Publicidad. isabel.torres@upb.edu.co

JOSÉ ROBERTO ALVAREZ MÚNERA

Trabajador Social. Magíster en Estudios Políticos. Docente Facultad de Trabajo Social joseroberto.alvarez@gmail.com

Resumen:

La problemática de estudio surge de la necesidad latente de la Vicerrectoría de Pastoral, de conocer en profundidad al estudiante que ingresa a la Universidad. El aporte que la Escuela de Ciencias Sociales puede hacer a dicha necesidad es presentar una visión psicográfica y sociográfica de los estudiantes.

La metodología de estudio fue una escala de Likert que permite medir la actitud de distintos grupos frente a temas diversos que definen su personalidad, en particular su estilo de vestir. Los resultados se han dispuesto de tal forma que dan cuenta de diversos grupos de los cuales se destacan las actitudes más significativas de cada uno de ellos.

Abstract

The problem to be studied rises from the need of the Pastoral Vicerection to deeply know the new students that enter the University. The role of the Social Sciences School is to show a psychographic and sociographic view of the students.

The methodology used in this study was the Likert Scale, which allows the measurement of the attitudes shown by different groups towards the diverse topics defining their personality, in particular their dressing style. The results have been presented in such a way that they depict the groups that emphasize the most significant attitudes of each of them.

Palabras claves:

Universidad Pontificia Bolivariana, estudiante universitario, Psicografía, sociografía.

Key words:

Pontificia Bolivariana University, university student, Psychograph, Sociograph

PERFIL PSICOGRÁFICO Y SOCIOGRÁFICO DE LOS ESTUDIANTES DEL PRIMER AÑO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

Presentación

En este artículo se presentan algunos de los resultados más relevantes de la investigación que se adelantó durante el 2006 sobre la caracterización de los estudiantes de primer año en la UPB, en la cual se indagó por su perfil demográfico, psicográfico y sociográfico. Vale anotar que este esfuerzo se constituyó en una primera experiencia de trabajo interdisciplinario de las cuatro facultades que conforman la Escuela de Ciencias Sociales de esta Universidad.

Se parte de la información arrojada por diferentes investigadores sociales, que han demostrado cómo el individuo es influido por los estímulos sociales e igualmente, cómo los actos de una persona obedecen a reglas que provienen de la cultura y son comunes a los diversos grupos sociales¹. Se considera así, que en la interacción social, los individuos se influyen mutuamente y adaptan

1 MORALES, J.F. Psicología Social. Mac Graw Hill. Citado por Ana María Escobar en su trabajo de grado Espacios de adscripción y realización de la identidad psicosocial gay. Medellín, 2004. Universidad San Buenaventura, Facultad de Psicología, línea Psicología Social.

su comportamiento frente a los demás y que la realidad de la vida cotidiana es una construcción intersubjetiva que presupone procesos de interacción y comunicación.

Estos procesos se dan en un territorio en el cual la persona, y en este caso, el joven, desarrolla prácticas sociales que configuran su identidad como individuo e integrante de grupos sociales.

Es así como se toman variables en relación al territorio como: el colegio de procedencia del joven con sus características, las comunas a las que pertenecen y la pertenencia a otros grupos constituidos a partir de las formas de vestir, de acuerdo con el esquema planteado por el Street Vision, el cual es el resultado de la investigación, análisis, interpretación y proyección de los estilos de vida, reflejados en la manera de vestir de un individuo sin importar el género ni la edad. En este tipo de estudio, se busca cómo una forma de comunicación, caso el vestuario, expresa percepciones de una persona sobre su entorno². Por ello, en estos estudios se interpreta la moda de la gente en la calle y tras ella, las sensibilidades, los hábitos, los usos, los ritos y las preferencias del público que permiten determinar no solo sus prácticas como consumidores, sino su comportamiento social³.

El interés de los investigadores fue responder al siguiente interrogante: ¿Cuál es el perfil del joven estudiante de primer año de la Universidad Pontificia Bolivariana según sus aspectos demográficos, psicográficos y sociográficos?

La utilidad del estudio, ha sido contribuir a una comprensión de quiénes son los jóvenes que ingresan hoy a la UPB para que se logren precisar y mejorar políticas de bienestar dirigidas a esta población. En muchas ocasiones la uniformidad en el lenguaje y en las acciones que se proponen para este grupo poblacional dista de su realidad e intereses.

Sobre las variables de estudio

El perfil sociográfico se refiere a aquellos aspectos que tratan el tema de la estructura social: conformación de grupos, roles sociales, sentido de pertenencia, participación y relaciones intergrupales. En ese sentido, entran en juego conceptos que resultan importantes para entender la estructura de los colectivos sociales y humanos, como son el concepto de rol social, el territorio, la pertenencia, la participación, las prácticas sociales y el grado de involucramiento.

2 STREET VISION Actitudes Mentales, Proyecto de IV semestre Núcleo I de Diseño de Vestuario Proyección. Universidad Pontificia Bolivariana. 2005.

3 FUTURE CONCEPT LAB. Street Vision. <http://www.futureconceptlab.com>. (en línea). 2005.

El perfil psicográfico alude a los aspectos y cualidades naturales o adquiridas de las personas, estudia las necesidades, motivaciones, percepciones, aprendizaje y actitudes. Estas características se relacionan con el análisis del estilo de vida que se utiliza para descubrir perspectivas y desarrollar perfiles, y para determinar e identificar los aspectos relevantes de la personalidad, intereses, actitudes, creencias y valores.

En lo relacionado con lo demográfico el interés era conocer algunas características básicas de este grupo poblacional como su edad, sexo, estado civil y condición socioeconómica. Esta información se utiliza para diferenciar respuestas de los estudiantes en las variables previamente expuestas.

Diseño metodológico

Se aplicó un diseño no experimental de corte transversal. Este tipo de diseño tiene como propósito describir y analizar variables o categorías en un momento dado⁴. El tratamiento a los datos recolectados fue cuantitativo.

El instrumento utilizado fue una encuesta dividida en dos partes. La primera consta de un conjunto de 26 preguntas en las que se abordan asuntos relacionados con las características demográficas y comportamientos, tanto psicológicos como sociológicos de los estudiantes. La segunda, es una escala Likert, pero para responderla era necesario indicar en la pregunta 26, cuál de los estilos de vestir ilustrados por unas fichas definidas para tal fin y diseñadas según el esquema Street Vision, era con el que más se identificaba el estudiante. De dicho esquema se presentan, en el cuadro No 1, los tres más relevantes en el estudio.

4 BAPTISTA LUCIO, Pilar; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill, 2002. p 2 267 -268.

Cuadro No 1 GRUPOS CLASIFICADOS. ESQUEMA STREET VISION⁵

STREET VISION	CONCEPTO GENERAL
Nombre	
Surffer urbanos	Son jóvenes entre los 16 y 22 años, para ellos lo más importante es el deporte y en su mayoría, que implique extremismo, peligro, riesgo y sobretodo mucha adrenalina. Su forma de vestir es particular, ropa amplia de marcas reconocidas, bolsillos grandes, tenis reforzados y accesorios deportivos. Son independientes, activos y mezclan palabras de otros idiomas sobretodo el inglés. Construyen un pequeño mundo donde puedan ser distintos.
Uniforme urbano	El jean es la prenda más importante en esta actitud mental. Esta actitud es la que menos propuestas innovadoras tiene, pues son consumidores en su mayoría mujeres entre 15 y 25 años, solo se rigen por lo que esté a la moda sin importar lo que pueden comunicar estas prendas.
A su propio ritmo	Su característica principal es su gusto por la música electrónica y sus derivados. Son amantes de las nuevas tecnologías, eso los hace prácticos y auténticos. Es un grupo estéticamente limpio, que combinan colores ácidos con colores neutros, y utilizan accesorios y objetos muy concordantes. Se diferencian por tener T shirt estampadas, jeans, tenis de marca, y uno que otro accesorio. Poseen un actitud de vanidad y seguridad, son un poco elitistas les gusta innovar y verse bien.

Con la Escala de Likert fue posible conocer la percepción más favorable o menos favorable de una opinión o concepto que reflejan el perfil psicográfico y el sociográfico de los estudiantes de primer año de la UPB. Esto se hizo posible a través de un cuestionario cerrado elaborado por los propios investigadores, el cual fue sometido a prueba piloto y de 102 ítems iniciales, se concretaron 52 para la encuesta final. El análisis de fiabilidad del instrumento expresó un Alpha de Cronbach de 0,83 por lo que se puede decir que tiene consistencia interna.

La Escala fue constituida por una serie de ítems presentados en forma de frases que afirman una posición de las personas frente a ciertos aspectos relacionados con la Universidad y aspectos psicográficos y sociográficos. Estas afirmaciones fueron seleccionadas, de forma que representaran un criterio válido, fiable y preciso para medir la actitud de los estudiantes frente a los aspectos mencionados.

5 La información de este cuadro se logra gracias a la recolección de información del estudiante Oscar David Ocampo Álvarez, de noveno semestre de la Facultad de Publicidad, 2006. Se halló como uno de los teóricos en este tema, al sociólogo y periodista italiano Francesco Morace, presidente de Future Concept Lab, quien fue consultor de Inexmoda en 1990, Club del ISCP" (Informe de sensibilidades y conceptos de Inexmoda), carta de color y Street Vision.

Las afirmaciones se expresan en una frase que da una idea positiva o negativa respecto al objeto o fenómeno que interesa conocer, esta idea se denomina ítem. Un ejemplo es:

“Soy de la clase de personas que participa en celebraciones religiosas”.

Con ello, se da cuenta de la opinión sobre un tema relacionado con prácticas sociales, entendidas como procesos de significación (producción social de significados y de sentidos, así como de valoraciones individuales y colectivas) o como prácticas de comunidad (la coherencia y la cohesión en los lazos de grupo).

Las preguntas se diseñaron de un modo tal que reflejaban una opinión positiva en valores distribuidos de la siguiente manera: (1) Totalmente de acuerdo (2) De acuerdo (3) Indiferente (4) En desacuerdo y (5) Totalmente en desacuerdo.

Es importante aclarar, que se entendió por actitud “un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones”⁶. No es posible observarlas directamente, son inferidas de las conductas observables o por las expresiones verbales. Esto exige una “medición indirecta que se realiza por medio de unas escalas en las que partiendo de una serie de afirmaciones, proposiciones o juicios, sobre los que los individuos manifiestan su opinión, se deducen o infieren las actitudes”⁷.

La *población* a la cual se le aplica dicho instrumento (población objeto de estudio) son estudiantes de primer año de la UPB en el 2006 y con ellos, se realizó una segmentación para indagar sobre su perfil demográfico, psicográfico y sociográfico. Leon Schiffman⁸, define el concepto de segmentación como un proceso de división de una población en diferentes subconjuntos de personas con patrones o características comunes con el objetivo de conocer realmente la población con la cual se va a trabajar.

Se calculó una *muestra aleatoria estratificada* con asignación proporcional por Facultad y semestre (1º y 2º), que dio como resultado la consulta a 225 estudiantes. La población objeto fueron los estudiantes de primer año de la Universidad Pontificia Bolivariana de las escuelas de Ciencias Estratégicas, Arquidiseño, Derecho y Ciencia Política, Ciencias Sociales, Ingeniería y Ciencias de la Salud. Esta muestra se aplicó en los meses de julio a septiembre de 2006.

6 FERNÁNDEZ DE PINEDO, Ignacio. NTP 15: Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. En: Ministerio del trabajo y asuntos sociales de España. [En línea] http://www.mtas.es/insht/ntp/ntp_015.htm [bajado, abr., 2006]

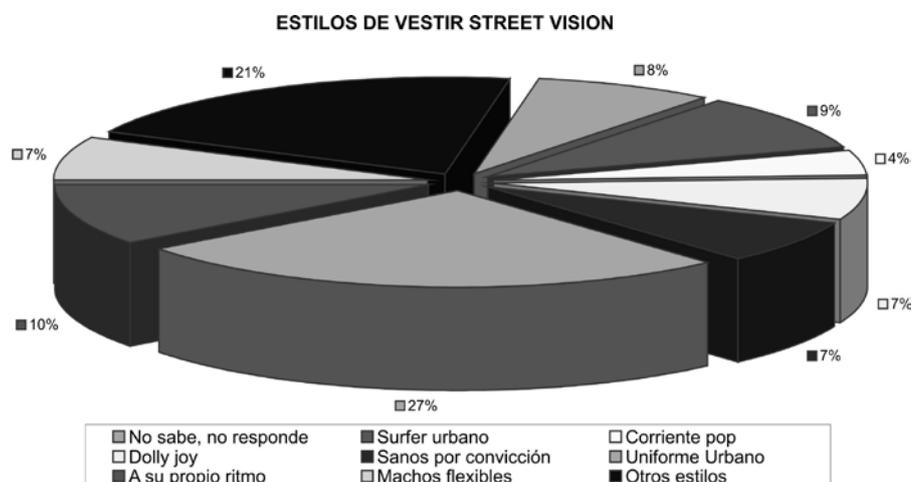
7 Ibid. s/p.

8 SCHIFFMAN, León. Comportamiento del Consumidor. México: Prentice Hall. 1997. P 71

Hallazgos más relevantes

Se presenta la caracterización de los grupos más significativos de la UPB

Con respecto a las formas de vestir de los estudiantes de primer año de la UPB, los estilos más significativos de acuerdo con la clasificación del Street Vision son: Uniforme Urbano 28.44%, A su Propio Ritmo 11.11% y Surfer Urbanos 10.22%.



A continuación se presenta el comportamiento de cada uno de los tres estilos más representativos en hombres y mujeres. Se observa que en el sexo femenino privilegia el gusto por el Uniforme Urbano, mientras que “A su Propio Ritmo” y “Surfer Urbano” son de preferencia masculina.

Uniforme Urbano

El *Street Vision* plantea que la prenda de vestir que caracteriza este segmento “es el jean y que es el estilo menos innovador, propio de jóvenes entre los 15 y 25 años”⁹, rango de edad promedio del estudiante universitario.

Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Arquitectura y Diseño, son las Escuelas en donde es más notorio este estilo de vestir, con 47.50%, 38.46% y 27.27% respectivamente.

9 STREET VISION Actitudes Mentales, Proyecto de IV semestre Núcleo I de Diseño de Vestuario Proyección. Universidad Pontificia Bolivariana. 2005.

Psicográficamente se caracterizan por preferir estar informados a través de medios audiovisuales como la televisión; consideran que una segunda lengua es fundamental para su desempeño profesional, por eso toman cursos de idiomas independientemente de que sea un requisito exigido por la universidad para obtener el título.

El 37.50% de las madres de los estudiantes pertenecientes a este grupo, son profesionales y el 62.5% no lo son. Con respecto a los padres el 48.4% son profesionales, el 35.9 no lo son y un 12.6% no informó.

Con respecto a su relación e interacción con la UPB manifiestan que harían uso de Bienestar Universitario en caso de requerir de sus servicios. Valoran significativamente la reunión de bienvenida del Rector en el momento de ingreso a la Universidad, ya que consideran que les permitió a ellos y a sus padres conocer más a fondo la institución. Manifiestan que el programa tutorial les ha permitido adaptarse a la vida universitaria, así como les parece importante el proyecto Colegio-Universidad en la medida en que les permite desde el grado 11 acercarse a la vida universitaria. El hecho de que la UPB ofrezca una formación humanista es un factor decisivo en la elección de universidad, así como la formación de amigos y familiares egresados de la institución, se convierte en un referente importante de lo que será su formación. Evalúan como suficientes las actividades culturales programadas en el campus universitario; reconocen en los plegables, el medio a través del cual la universidad ofrece sus servicios y consideran que la participación en ferias y eventos les ha permitido tomar su decisión de ingreso a la UPB. Son sensibles frente al tema social, en tanto les gustaría participar de obras sociales.

Sociográficamente los estudiantes de este grupo mantienen relaciones de confianza con sus padres, de tal forma que en caso de tener algún problema o dificultad prefieren buscar su apoyo, antes que el de sus amigos. Además consideran que ejercen liderazgo en su grupo de amigos.

A su Propio Ritmo

Este grupo de estudiantes tiene mayor número de representantes en la Escuela de Ingenierías con un 13.70%, el Street Vision los caracteriza como “conocedores de mezclas y sonidos, especialmente de la música electrónica y sus derivados. Les apasiona el tema de las nuevas tecnologías porque hacen su vida mucho más práctica”¹⁰.

Psicográficamente coinciden con el grupo “Uniforme Urbano” en preferir la televisión sobre los medios impresos para informarse, son personas que creen en la política y en los procesos políticos, consideran que un intercambio es la mejor alternativa para el aprendizaje de una segunda lengua.

10 Ibid.

Su relación con la Universidad va más allá de lo académico, teniendo en cuenta que no solo plantean que harían uso de los servicios de Bienestar Universitario en caso de ser necesario, sino que también manifiestan disfrutar de las competencias y eventos programados por la UPB y les gusta combinar las actividades académicas con las actividades extracurriculares de la universidad. Consideran importante la reunión de Bienvenida del Rector porque le permitió a ellos y a sus padres conocer la universidad. Con respecto a los cursos introductorios ofrecidos, opinan que son fundamentales para la adaptación a la institución. Los plegables son el medio a través del cual se informan de los eventos de la Universidad y consideran suficientes las actividades culturales programadas en el campus.

Con respecto a las motivaciones que tuvieron para ingresar a la UPB plantean: El hecho de ser una universidad privada influyó significativamente, así como la formación que ofrece en el área humanista. La participación de la universidad en ferias y eventos fue importante para la toma de la decisión y tener familiares o conocidos egresados de la institución permite tener referentes del nivel de formación a recibir.

En el aspecto sociográfico, se sienten líderes entre su grupo de amigos y sienten gran interés por participar en obras sociales.

Contrario a lo que sucede con el grupo “Uniforme Urbano”, las madres profesionales de “A su Propio Ritmo” superan en porcentaje a las no profesionales así: El 52.0% son profesionales y el 48.0% no lo son. Lo mismo sucede con los padres, teniendo en cuenta que el 68.0% son profesionales y el 32.0% no lo son.

Surfer Urbano

La Escuela de Ciencias Estratégicas es la que más representación tiene de este estilo de vestir con un 16.13%.

De acuerdo con la descripción del Street Vision, son jóvenes que “se interesan por el deporte”¹¹, lo que se evidencia en su forma de vestir, les gusta la ropa amplia y cómoda.

Psicográficamente es un grupo difícil de describir, teniendo en cuenta que la única variable por la cual manifiesta un interés significativo es por el consumo de la televisión como medio para informarse, aspecto en el cual coinciden con los otros dos grupos. Consideran que en relación con otras instituciones el costo de la matrícula es asequible y que ante la necesidad de leer un libro, accederían más fácilmente a la fotocopia que a la compra.

¹¹ Ibíd.

En su relación con la universidad se caracterizan por:

Ven en Bienestar Universitario una alternativa para sus necesidades de salud, intercambian sus actividades académicas con las actividades extracurriculares ofrecidas por la Universidad. Piensan que el sistema tutorial, los cursos introductorios y la Reunión de bienvenida del Rector, les ha permitido conocer más a fondo la institución y la vida universitaria.

Sociográficamente el grupo de Surfer Urbano se caracteriza por participar de las celebraciones religiosas y en las obras sociales. Se siente líder en su grupo de amigos.

Las madres de estos estudiantes son profesionales en un 60.9% y no son profesionales el 39.1%. Los padres por su parte, el 65.2% son profesionales y el 34.8% no lo son.

Otros hallazgos

El 8% son los Sanos por Convicción, quienes se caracterizan por dedicar gran parte de su tiempo al cuidado de su cuerpo por medio del ejercicio y de una sana alimentación. Su estilo de vida se ve reflejado en su forma de vestir, prefieren prendas cómodas y livianas que les permitan estar dispuestos para sus rutinas de ejercicio. Hacen deporte porque están convencidos de que es la mejor forma de cuidar la salud y no simplemente por estética.

Los Machos Flexibles tuvieron igualmente una representación del 8%. Este grupo de estudiantes se caracteriza por tener una nueva actitud frente al rol masculino, son hombres a los cuales les gusta verse bien y tener relaciones afectuosas con las demás personas, así esto les implique compartir labores o actitudes que antes estaban reservadas sólo para las mujeres.

El 7,56% son las Dolly Joy, mujeres con apariencia de niña, para las cuales la moda es un factor fundamental en su vida. Son amantes de los accesorios, los cuales deben estar perfectamente combinados con las demás prendas de vestir.

El 26,67% representan otros 14 estilos de vestir.

Consideraciones finales

Los proyectos que la UPB ha liderado con el fin de poner en marcha los currículos integrados, han tenido gran aceptación entre los estudiantes en el sentido en que ellos sienten que se han reducido las brechas entre el colegio y la vida universitaria.

Se reconfirma que las generaciones que ingresan a la Universidad son más audiovisuales, teniendo en cuenta que los grupos más representativos de la UPB, coinciden en identificarlo como el medio preferido.

Valoran significativamente los acercamientos de la Universidad, en el proceso de selección de su opción profesional y universitaria, así como en el acompañamiento en el momento de ingreso y adaptación a la universidad.

Los estudiantes son más sensibles frente a temas sociales que políticos o religiosos, en el sentido en que todos manifiestan mayor interés en participar en obras sociales.

De acuerdo con los valores diferenciales sobre los cuales se indagó, los motivos más significativos por los cuales los estudiantes escogen a la UPB son la formación humanista impartida por la universidad y mayores facilidades para el pago de la matrícula que en otras universidades privadas.

Una segunda lengua es una necesidad latente en el grupo de estudiantes, lo que se manifiesta en el interés por tomar cursos de idiomas independientemente de que sea un requisito académico.

BIBLIOGRAFÍA

ALTAMIRANO, Carlos (director). Términos críticos de Sociología de la Cultura. Buenos Aires: Paidós, 2002. 288 p.

CASTELLS, Manuel. Le pouvoir de l'identité. París: Fayard, 1997. 538 p.

DELGADO, Manuel. Ciudad líquida, ciudad interrumpida. Medellín: Universidad de Antioquia, 1999. p

FUTURE CONCEPT LAB. Street Vision. <http://www.futureconceptlab.com>. (en línea). 2005.

GARCÍA, Clara Inés (compiladora). Fronteras: territorios y metáforas. Medellín: INER – Hombre Nuevo Editores, 2003. 417 pp.

MORALES J. Francisco et al. Psicología Social. Madrid: UNED –McGraw Hill editores, 2000. 339 p.

MOSCOVICI, Serge. Psychologie sociale. París: PUF, 1984. 620 p.

SCHIFFMAN, León. Comportamiento del Consumidor. México: Prentice Hall. 1997. 71 p.

STREET VISION Actitudes Mentales, Proyecto de IV semestre, Núcleo I de Diseño de Vestuario Proyección. Universidad Pontificia Bolivariana. 2005.



**REVISTA DE LA FACULTAD DE
TRABAJO SOCIAL
U.P.B.**

Pautas Editoriales y para la presentación de artículos

1. Pautas Editoriales

La Revista de la Facultad de Trabajo Social de la UPB es el órgano institucional de divulgación académica y científica de la producción de sus docentes y estudiantes.

La Revista de publica anualmente en el mes de octubre (la revista se publicará dos veces al año en los meses de marzo y octubre) con una temática variada, relacionada con asuntos de interés profesional y discusión sobre problemas sociales, económicos y políticos.

La revista recibe la orientación determinada por su Comité Editorial, pero se ciñe en todos los casos a las políticas institucionales de la Universidad.

2. Presentación de artículos

La Revista recibe en forma permanente artículos de colaboradores espontáneos o a solicitud del Comité Editorial sobre los temas de su interés. Los interesados en publicar artículos deberán hacer llegar su dirección electrónica, teléfonos y una síntesis de su hoja de vida.

Los artículos no necesariamente deben ser inéditos, pero su publicación previa debe ser superior a un año y en una revista o texto no universitario.

Los documentos deben ser remitidos al Editor de la Revista, escritos en Word, 12 puntos, fuentes Arial o Tahoma, en hoja tamaño carta, en espacio 1.5 y márgenes: superior de 4 cm y el resto de 3 cm, extensión entre 10 y 20 páginas incluyendo gráficos y tablas que sean máximo 7. Escrito en una sola cara, enviarlo en diskette acompañado de una copia escrita.

Los artículos deben incluir un resumen no superior a 100 palabras, un mínimo de 3 palabras claves o descriptores y una reseña breve del autor.

Todos los artículos serán aprobados por el Comité Editorial, previo concepto de un especialista en el tema, quienes podrán hacer recomendaciones de estilo, forma o redacción al autor, que contribuyan a mejorar su calidad científica. El contenido es responsabilidad del autor del artículo.

La bibliografía completa debe aparecer al final del artículo, en orden alfabético, siguiendo la norma ICONTEC. Los pie de página tendrán numeración consecutiva e igualmente se rigen por la norma ICONTEC vigente.

- *Libros y Folletos: Autor. Título: subtítulo. Edición ciudad: editorial, año publicación. Páginas.*

ALVAREZ Z, Juan Andrés. El sindicalismo en Colombia. Bogotá: Temis, 1998. 200p.

- *Congresos, conferencias, seminarios y reuniones: Nombre de la conferencia. (Nº: año ciudad) título de memorias o actas. Ciudad: editorial. Año. Páginas*

SEMINARIO DE DERECHO LABORAL. (2.: 1998. Bogotá). Memorias del II seminario de Derecho laboral. Bogotá: Colegio de Abogados, 1998. 200p

- *Artículo revistas: Autor. Título: subtítulo. En: Nombre de la revista. Ciudad. Vol, N° (mes abreviado. Año); páginas*

EHRKE, Michael. Los Sindicatos en Europa Oriental. En: Nueva Sociedad. Caracas. Vol. 1, N° 121 (Jul – Sep. 1986); p. 63-65

- *Artículo de periódico: Autor del artículo. Título de artículo. Subtítulo del artículo. En: Nombre del periódico, lugar de publicación (día, mes, año) página y sección consultada.*

CARVAJAL CRESPO, Tobias. Los años que se fueron. En: El Espectador, Bogotá. (16, Sep., 1985); p. 2C.

- *Textos electrónicos: responsable principal. Título: subtítulo (tipo de soporte). Edición/versión. Ciudad: editor, fecha de publicación, fecha de actualización/revisión. Descripción física. (Disponibilidad de acceso) (fechas de consulta).*

PERRY, Rovers. Authority control in the 21 century (en línea). 2.ed. Deubli, Ohio: OCLC, 1996, revised in 27 March 1997. (ca. 25 pantallas).
(<http://www.oclc.org/oclc/man/autconf/contthome.htm>)(consulta: 28 Abr.: 1999).