



# Revista Latinoamericana de Comunicación

# Chasqui

No. 117 - Marzo 2012

## Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de la República, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal.

## Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

## Créditos

Centro Editorial y Documentación  
Raúl Salvador R.

Editor  
Pablo Escandón M.  
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica  
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones  
Isaias Sánchez  
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Portada  
Ilustración de Nik, tomado de  
sondasdesdeelaula.blogspot.com

## Consejo de Administración

Presidente  
Édgar Samaniego  
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay  
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,  
Comercio e Integración

Cecilia Herbas  
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.  
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic  
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo  
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de  
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez  
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatí  
Representante de la Asociación Ecuatoriana de  
Radiodifusión

Susana Piedra  
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar  
Director General del CIESPAL

Publicación trimestral  
Edición marzo 2012  
Número: 117

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador  
• Registro M.I.T., S.P.I. 027 • ISSN 13901079



# En esta edición



## Portada: TIC y educación

**3** Tejiendo voces. Jóvenes universitarios opinan sobre la apropiación de Internet en la vida académica

**Delia Crovi Druetta**  
**Rocío López González**

**11** Educación y videojuegos

**Oscar Jaramillo**  
**Lucía Castellón**

**20** Menores y alfabetización digital. Teleclip TV: cuatro años de la producción infantil y televisión por Internet

**Loreto Corredoira**  
**Antonio Sanjuán**  
**José Videla**  
**Sandra Martínez**  
**Rodrigo Cetina**

**25** Más que una niñera. Puntos de vista de los padres sobre los medios de comunicación dirigidos a bebés

**Ellen Wartella**  
**Robb Richter**

**33** Profesores, aprendan de los nativos digitales. Propuesta de utilización de sistemas colaborativos en la educación pública

**Daniel Fajardo**

**37** Propuestas de principios para la práctica de la tutoría virtual

**Daniel Prieto Castillo**

**41** Aprendizaje y educación en la era digital: ¿una primavera estudiantil?

**William Dutton**

## Ensayos

**48** Conocimiento aumentado y accesibilidad en los museos de Cusco

**Isidro Moreno**

**55** Los retos de la diversidad cultural. La implementación de la Convención UNESCO en América Latina

**Carmina Crusafon**

**61** RSC: Reputación, Sostenibilidad, Compromiso

**José Túñez**  
**Karina Valarezo**

**67** Una propuesta totalizadora para el análisis de los procesos periodísticos

**Ana Soledad Gil**

**73** La realidad informativa en EE.UU., Europa y Latinoamérica

**Xosé Soengas**

**80** Uso del hipertexto en el ciberperiodismo: el caso de Colombia

**Joan Fondevilla**  
**Herlaynne Segura**

**85** Medios migrantes y el diálogo intercultural

**Liliana Castañeda**  
**Gilberto Losada**



# Menores y alfabetización digital

## Teleclip TV: cuatro años de producción infantil y televisión por Internet

### Autores

Contacto: Loreto Corredoira y Alfonso

Española, doctora en Derecho del Información y Ciencias de la Información, docente de la Universidad Complutense de Madrid y directora de Teleclip TV.

Twitter: @loretoc

Recibido: enero 2012 Aprobado: febrero 2012

### Resumen

*La producción y consumo de productos audiovisuales ya no están destinados exclusivamente para la televisión, sin que con las TIC móviles: celulares, tabletas y consolas, el acceso es mayor y la demanda también. En el ámbito de niños y jóvenes, es importante que exista una formación en lectura de mensaje audiovisual para que la recepción y consumo de los jóvenes no sean bancarias sino participativas y desde ellos puedan proponerse narrativas audiovisuales para la enseñanza y el entretenimiento educativo. El texto reseña el caso de Teleclip TV un proyecto que tiene cuatro años de desarrollo.*

**Palabras clave:** TV, educación, alfabetización digital, recepción, consumo.

### Resumo

*A produção eo consumo de produtos audiovisuais não são mais exclusivamente para a televisão, mas com o telemóvel TIC: telefones celulares, comprimidos e consolas, acesso e demanda é maior também. Na área das crianças e jovens, é importante ter um fundo em mensagem audiovisual ler para a recepção e consumo dos jovens não são bancário, mais participativo ea partir deles podem ser propostas narrativas audiovisuais de ensino eedutainment. A revisão de texto para TV Teleclip um projeto que tem quatro anos de desenvolvimento.*

**Palavras-chave:** TV, educação, literacia digital, recepção, consumo.

## Introducción

El incremento del uso de televisión en el móvil, el ordenador u otros reproductores portátiles como las tabletas, indica que los hábitos del telespectador se están transformando hacia nuevos soportes, distintos del tradicional televisor. Gracias a las facilidades de uso y al descenso del precio de este tipo de productos tecnológicos se está fomentando la creación de redes en las que la participación activa del usuario es fundamental. La facilidad técnica para crear y compartir contenidos audiovisuales hace recomendables iniciativas de formación que proporcionen criterios, para editores y espectadores, que sirvan para reconocer la fiabilidad de las fuentes de referencia o la diferencia entre los productos informativos y los que no lo son. Como apunta Gillmor (2009:7) es absolutamente esencial que los niños y los adultos entiendan las formas en que los medios son utilizados para persuadir incluso más allá de su misión puramente informativa.

En esta línea fue creado el proyecto *Teleclip TV*, una plataforma de televisión por Internet hecha por y para niños de entre 7 y 16 años. Su función es de presentar y proponer una serie de contenidos elaborados por usuarios de esas edades, siempre supervisados por profesores y profesionales. Su formato es el de un magazine contenedor con noticias, reportajes, entrevistas y otras actividades que puedan resultar de interés.

Esta plataforma ha sido diseñada como una herramienta educativa creada a partir de la interactividad con los nuevos medios y con ella se pretende enseñar al niño el uso de las tecnologías aplicadas al proceso de aprendizaje, entendiendo que los soportes digitales pueden emplearse con fines educativos y complemento en la enseñanza básica del alumno.

## Los nuevos modelos de televisión

Los modelos de uso de televisión se están transformando a pasos agigantados. La interactividad se ha convertido en el elemento fundamental de esta nueva forma de "ver televisión", por la posibilidad de generación y transformación de contenidos y el incremento en la libertad de elección acerca de la forma, momento y lugar de visionado. En ese contexto, se ha ido potenciando Internet como plataforma para la divulgación de productos audiovisuales, a la vez que como soporte para la difusión de contenidos generados por el propio espectador.

En esa línea se ha planteado el desarrollo de la televisión por IP (Internet Protocol) como la oferta de canales o contenidos audiovisuales con el valor añadido de la interactividad, posibilidad de participación e incorporación de elementos de interés práctico para el

espectador. Pero en la actualidad se están dando dos modelos distintos: el conocido como IPTV y el llamado Internet TV.

Tanto uno como otro entorno se basan en tecnologías similares, pero el modelo comunicativo que las sostiene es totalmente diferente. La "Internet TV" se fundamenta sobre todo en la posibilidad de que el usuario genere e intervenga en los contenidos, siendo a la vez emisor y receptor. Mientras que la IPTV mantiene una comunicación unidireccional, en la que la plataforma es la emisora y el usuario limita sus posibilidades de interacción al *video on demand* o la participación en los servicios ofertados.

Sin embargo, las denominaciones no son lo suficientemente claras ni para el usuario ni para la audiencia, es decir, para la demanda, por lo que la industria de la producción, las telecomunicaciones y la informática (la oferta) y los estudiosos de la cuestión se esmeran en proponer nuevas etiquetas. En el entorno web ha triunfado la generalista y ambigua "web 2.0" e incluso el mismo juego de palabras con la etiqueta "televisión 2.0". En todo caso, lo que nadie pone en duda es que la elaboración generalizada de contenidos ha alterado primero el mundo editorial impreso y después el audiovisual.

## El control de contenidos como elemento diferenciador

Los medios de producción de contenidos se han controlado históricamente gracias a la tecnología y a la capacidad económica y política, es decir, a la capacidad editorial, por usar el término más clásico. Internet no ha sido una excepción. El constante desarrollo técnico, su abaratamiento y un contexto social favorable ha llevado en unos pocos años a lo que con la imprenta requirió medio milenio y con el cine y la radiotelevisión casi un siglo: que el número de emisores se multiplique hasta acercarlo al número de receptores.

Al contrario que la imprenta o la empresa de televisión, Internet nace con la intención de que todos los receptores puedan ser emisores y aún así se pueda estar hablando de comunicación de masas en lugar de interpersonal.

Pero existe otro elemento común con el resto de los medios: aunque el abaratamiento y la sencillez tecnológica parecen no cesar, sigue siendo necesario encontrar el punto de equilibrio entre el conocimiento del lenguaje gráfico, audiovisual o idiomático, la calidad estético-técnica y el interés del contenido.

Lo que ha quedado demostrado en estos últimos años es que ese punto de equilibrio no está donde la industria



lo decide (más definición de imagen, más calidad de sonido o formatos más grandes) sino donde lo deciden la audiencia y el usuario. Esta evolución natural del patrón comunicativo en Internet hasta esa "web 2.0", basada en el fomento de las redes sociales y la participación activa del usuario, no ha eliminado la figura del editor o infomediario. Lo que ocurre es que a veces se ha querido presentar como eliminado, "automatizado" o "democratizado" y eso condiciona su modelo de negocio, su situación legal y su política ética. Su papel condiciona el modelo de desarrollo de las televisiones participativas entre las que se pueden diferenciar al menos dos grandes tipos:

El primero es aquel donde la finalidad no es comunicar un mensaje sino crear un espacio donde los demás se comuniquen. El control es muy escaso y el papel del editor se reduce casi al mínimo legal y a la gestión técnica. Los ejemplos más conocidos son *Youtube*, *Facebook* o *Twitter*.

En el segundo tipo el principal objetivo es el de comunicar un mensaje a la audiencia, sólo que se permite en mayor o menor medida la participación de ésta como autora de contenidos. El editor decide si acepta o no las contribuciones de los usuarios y en todo caso las supervisa e incluso modifica. Algunas referencias son *Menéame* o *Current TV*, en los que el espectador puede subir sus propios reportajes, generando un sistema de comunicación bidireccional.

Teleclip TV es un canal de televisión que pretende mezclar ambos planteamientos desde una perspectiva educativa e infantil: los niños son quienes generan los contenidos y el control se limita a la edición de las imágenes, la propuesta eventual de temas y a la vigilancia sobre su corrección, precisión y su calidad.

## Educación 2.0

¿Por qué los usuarios generan y suben a la red contenidos de vídeo? Uno de los principales motivos es porque quieren mostrar lo que saben hacer, lo que conocen, lo que han vivido, lo que piensan... La gente quiere enseñar. Y los niños también. Si añadimos que los nuevos modelos comunicativos desarrollados en Internet influyen notablemente en el campo de la educación, podríamos, por seguir jugando con la expresión, hablar de Educación 2.0 o la educación participativa. Este es otro de los pilares de *Teleclip TV*.

El uso de las nuevas tecnologías es la base para la construcción de entornos de *e-learning*. Pese a que en los últimos años se están generando numerosas iniciativas para la incorporación de estos entornos al aula, este tipo de herramientas se encuentra poco implantado. La enseñanza sigue siendo de profesor a alumno, sin

considerarse el llamado "aprendizaje colectivo" en el que las redes sociales participan aportando sus conocimientos a los restantes usuarios. En ese modelo educativo el acceso a la información en cada intervención genera nuevos puntos de vista que enriquecen el conocimiento. El procedimiento está centrado en el propio alumno y permite, gracias a la difusión multimedia, el avance intelectual por caminos variados promoviendo la investigación y la exploración, así como la formación de opiniones.

Iniciativas como *TeacherTube* para la difusión de contenidos educativos, cursos de idiomas, de software, etc., o como *Whyville* indican que estas herramientas pueden ser un perfecto complemento para la docencia en las aulas. El planteamiento de *Teleclip TV* viene a redundar en esa línea mixta entre el *e-learning* y las plataformas abiertas. Los usuarios quieren enseñar a los demás pero siempre existe el filtro del educador y del profesional de la comunicación.

## Desarrollo de la plataforma Teleclip TV

*Teleclip TV* nace por tanto como la oportunidad de generar iniciativas en las que los niños intervengan como creadores de contenidos educativos bajo el formato de un canal de televisión en Internet con la mediación de profesionales de la comunicación y de la educación. El proceso de aprendizaje se lleva a cabo en una doble vía: el alumno aprende acerca del uso de los nuevos soportes digitales y la comunicación audiovisual; y aporta sus conocimientos a otros espectadores de edades similares.

*Teleclip TV* se engloba dentro del proyecto e-Televisión, de colaboración conjunta entre las Universidades de la Coruña y Complutense de Madrid, dirigido por la profesora Loreto Corredoira para el lanzamiento de varios canales temáticos de e-learning en Internet (como por ejemplo, [www.e-television.es/canales](http://www.e-television.es/canales)).

El primero de esos proyectos fue la plataforma *Teleclip TV*. Su función es proponer una serie de productos audiovisuales realizados por niños, elaborados con un lenguaje sencillo y espontáneo, de fácil comprensión. El grupo e-Televisión promueve y desarrolla además talleres destinados a los niños en los que aprenden técnicas de redacción y locución e información sobre el funcionamiento de los soportes audiovisuales. En estos talleres se generan a su vez contenidos de vídeo que enriquecen la plataforma y que finalmente son subidos a la web para su visionado. Desde 2007 se han celebrado varios de estos talleres en varias ciudades de España, en Chile y en los Estados Unidos, todos ellos en colaboración con diversas instituciones como El Foro Generaciones Interactivas, Cosmocaixa de Fundación la Caixa o el Spanish BETAC de la NYU norteamericana.



## Interés académico: ítems de investigación

Dada la función educativa de la plataforma *Teleclip TV*, las investigaciones del grupo e-Televisión se centran en tres aspectos:

- La evaluación de la interfaz gráfica y los servicios que la complementan.
- La respuesta cognitiva de los usuarios.
- La tipología de contenidos audiovisuales de interés para el público infantil.

Para el estudio de estos elementos se realizan una serie de pruebas en distintas fases de la experimentación, en los que se analiza el grado de uso que la plataforma tiene tanto como medio formal para el aprendizaje, como complemento para las clases del niño. También se estudia el nivel de entretenimiento e interacción con el medio, así como la funcionalidad y simplicidad de los elementos que la componen. Se analizan aspectos sobre las siguientes áreas: verbal, espacio-perceptual, de orientación espacial y de formas. Este estudio permite conocer el grado de adaptabilidad del niño a los nuevos medios interactivos, el manejo de las nuevas tecnologías, y la usabilidad y percepción del sitio generado para su uso.

Huber y Maier-Rabler han destacado la importancia de que los alumnos aprendan a aplicar la tecnología para aprender sobre cosas relevantes en la escuela. A este respecto, se ha observado en los talleres celebrados en 2009, 2010 y parte de 2011 que los niños participantes ya tienen familiaridad en el uso de la tecnología demostrando potencial para adoptar el vídeo digital como parte de sus herramientas de comunicación en el aula.

En un segundo término se analiza la capacidad de aprendizaje del alumno así como la mejora en ese proceso cuando son ellos los que aportan su propio conocimiento al medio. Durante 2010 se han celebrado talleres en conjunto con el Foro Generaciones Interactivas en los que los niños han recibido charlas sobre seguridad en las redes sociales o el uso sano de los videojuegos. Los participantes del taller han realizado después vídeos en los que explicaban lo aprendido. Algunos de ellos fueron incluso utilizados como parte de campañas de Media Literacy en España, Chile y Colombia.

A lo largo de 2011, *Teleclip TV* lleva a cabo en colaboración con Cosmocaixa un concurso de videos con temática

científica que demuestra, entre otras cosas, que los niños pueden expresar las tareas de clase utilizando vídeos con una narrativa apropiada, como si del tradicional trabajo escrito en un procesador de texto se tratase.

Por último, se mide también el interés que el niño, como audiencia, pueda tener en determinados contenidos y productos audiovisuales. La posibilidad de visionado "on demand" de la plataforma, así como el hecho de que sean los propios niños los que generen sus vídeos en función de sus intereses personales, permite identificar cuáles son las tendencias audiovisuales de estos espectadores.

Los vídeos resultantes de los talleres de Santiago de Chile en 2009 y en la Montclair High School de Nueva Jersey de 2010<sup>1</sup> muestran la variedad de intereses. Los clips hablan de temas como la cocina o los deportes, de la labor de los bomberos o eventos culturales. De especial interés es una videoconferencia celebrada en Nueva Jersey en donde niños de Estados Unidos y España intercambian información sobre sus costumbres navideñas. En sí, los más de 150 vídeos disponibles son muestra de la diversidad de intereses del público infantil y adolescente que ha trabajado con *Teleclip TV*.

## Teleclip TV y Alfabetización Digital

La Comisión Europea publicó en 2007 un documento<sup>2</sup> sobre Alfabetización digital (traducción del Media Literacy) que recoge una línea de trabajo en el campo de los nuevos medios. La definición que aporta el documento sirve de base para continuar elaborando la propuesta educativa y de formación de audiencia de *Teleclip TV*: "La alfabetización mediática es la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar con sentido crítico diversos aspectos de los mismos y sus contenidos, así como de establecer formas de comunicación en diversos contextos". *Teleclip TV* ha buscado el desarrollo del "sentido crítico" de los niños participantes. La alfabetización digital, dicen Burn y Durran (2007:77) "incita a los estudiantes a considerar la relación entre las instituciones mediáticas y sus audiencias y a desarrollar un lenguaje para pensar, analizar y describir lo que están haciendo". Durante los talleres de redacción que lleva a cabo el grupo e-Televisión, se someten a juicio de los otros jóvenes redactores el guion, la presentación y el montaje de las noticias o mini-diarios que finalmente son publicados. Resulta muy útil en concreto que:

- Valoren la originalidad de la idea de noticia o reportaje, pues aprenden de otros en la búsqueda del contenido que tenga más interés.

<sup>1</sup> Estos contenidos se encuentran recogidos en [www.teleclip.tv](http://www.teleclip.tv) y en los subcanales correspondientes a cada país.

<sup>2</sup> Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, 20 diciembre de 2007, Un planteamiento europeo de la alfabetización mediática en el entorno digital COM (2007) 833 final





- Entiendan lo complejo que puede resultar "documentar" la idea o información que transmitirán.
- Redacten y locuten el vídeo de modo que sea comprensible por otros niños del mundo entero.
- Que utilicen los medios con creatividad. Contar con la mirada de los niños, interesarse por sus modos de narrar, y sus temas de interés para hacerles participar en la creación de contenidos.

### Pautas de conducta en Media Literacy

La alfabetización ha de tener en cuenta las siguientes pautas<sup>3</sup>:

- Que niños y profesores estén cómodos con los medios de comunicación. En particular **Teleclip TV** se centra en el uso de prensa escrita y buscadores para complementarlo con la televisión por Internet. Esto implica conocimiento y comprensión, así como capacidad de participación en el medio.
  - Que se produzca un diálogo intercultural. En ese sentido, la red de trabajo de **Teleclip TV** ha hecho posible la celebración de talleres en Chile, España y Estados Unidos propiciando el diálogo intercultural entre niños y adolescentes.
- Teleclip TV también ha tenido en cuenta la preocupación por la piratería y el respeto a los derechos de autor. En los talleres se ha tratado siempre la legalidad en la cita de música, imágenes, etc. alentando el uso de contenidos del dominio público o bajo licencias Creative Commons<sup>4</sup> como material de apoyo para los vídeos. En Teleclip TV se aplica la excepción cultural y los límites al derecho de autor que contempla la Ley española de Propiedad Intelectual de 2006 sobre reproducción con fines informativos. Por lo tanto, tal y como es perceptivo, siempre se ha de citar la fuente, el origen y el autor.
- Que los niños adquieran una metodología para el trabajo en equipo, la "colaboración" y el derecho a compartir cultura no supone sólo "copiar y pegar", sino que exige crear, narrar y construir. Una educación en esta línea con los más jóvenes fomentará una mayor confianza y responsabilidad en la red.

<sup>3</sup> Cfr. Pto 2 del documento citado anteriormente.

<sup>4</sup> En el blog telecliptv.es hay una sección dedicada a proporcionar a los usuarios opciones de descarga de contenidos con licencias que permiten su uso sin infringir la propiedad intelectual. En: <http://www.telecliptv.cs/recursos-multimedia-resources>.

### Bibliografía

- Aguaded Gómez, J.I. & Cabero Almenara, J. (dirs.). *Educación en red: Internet como recurso para la educación*. Málaga: Aljibe, 2002.
- Aparici, R. (coord.). *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Madrid: UNED, 2003.
- Atrio Cerezo, S. "Europa ante el reto de las Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas". En: *Educación y futuro: revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, nº 16, 2007, págs. 101-130.
- Ballesteros Regaña, C. Multimedia y formación colaborativa del profesorado: una experiencia práctica. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, Vol. 2, Nº: 2, 2003, págs. 57-77.
- Burn A. & Durran J. *Media Literacy in Schools: Practices, Production and Progression*. Londres: Paul Chapman, 2007.
- Gillmor, D. "Principles for a New Media Literacy". En *Media Re:Public Papers*. Berkman Center for Internet and Society, 2009, págs. 1-9.
- Gutiérrez Martín, A. *Alfabetización Digital: algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- Huber S. & Maier-Rabler, U. "Supporting Societal Participation of Young People by Social Media". En *Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and the Making of Worlds*, 2010.
- Santamaría G. F. "Herramientas colaborativas para la enseñanza. Usando tecnologías web: weblogs, redes sociales, wikis, Web 2.0." *Gabinete de informática.net*. Octubre 2005.
- VV.AA. *Enseñar a aprender: Internet en la educación. Vol. I: nuevos paradigmas y aplicaciones educativas*. Madrid: Fundación Telefónica, 2004.

