

Opción, Año 31, No. Especial 4 (2015): 532 - 544
ISSN 1012-1587

Nuevas expectativas metodológicas y dimensionales de la radio por internet o ciber-radio

M. Julia González Conde
M^a Mercedes Zamarra López
Carmen Salgado Santamaría

Universidad Complutense de Madrid, España.
mariajul@ccinf.ucm.es - mzamarra@ccinf.ucm.es
carmensalgado@ccinf.ucm.es

Resumen

La ciberradio, como el resto de cibermedios que confluyen en internet, varía su concepción tradicional, no sólo desde aspectos técnicos sino también comunicativos y de funcionamiento, que generan una nueva visión multimediática. Asistimos a otro modelo radiofónico diferente, aún con carácter experimental, que se expande en el entorno de convergencia tecnológica-comunicativa, de redes interactivas, que exige importantes aportaciones para la renovación de sus lenguajes, de sus contenidos abiertos a receptores específicos a la vez que integrados en terminales multimedia. Como consecuencia de todo ello, nos enfrentamos ante cambios en las perspectivas empresariales, tecnológicas, profesionales y comunicativas que debemos dar solución desde la Universidad española.

Palabras clave: Ciberradio, internet, educación, periodismo, universidad.

New Methodological and Dimensional Expectations of Internet Radio or Ciber-Radio

Abstract

The ciberradio-like other online media that converge on the Internet, has changed its technical design and its communicative conception of functioning. It is immersed in a process of transformation, both internally and externally, generating a new multimedia vision. We attended, then, to the confluence of a traditional radio with a very different radio. A new experimental radio model that expands on the technological convergence environment - communicative, interactive networks, which demands important contributions for the renovation of its languages, of its contents to specific receptors who are also integrated into multimedia terminals. As a result of this, we face new business prospects, technological, and communication professionals we provide solutions from the Spanish University.

Keywords: Ciberradio, internet, education, journalism, university.

1. INTRODUCCIÓN

El esfuerzo de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior por parte de la Universidad española implica la innovación profunda en sus modelos tradicionales, fundamentalmente en aquellas materias y asignaturas prácticas que, como el periodismo radiofónico, deben representar un antes y un después en los procedimientos de enseñanza y aprendizaje empleados. Un cambio estructural y metodológico que permitan dinamizar la preparación e integración profesional de los futuros periodistas en el nuevo espectro multimedia.

Consideramos que la Universidad, cumpliendo su importante función social, ha de adelantarse al mercado laboral, sin perder naturalmente, el rumbo; es decir, el tacto y contacto con la empresa informativa, ya que es preciso que la institución universitaria se convierta en el referente creativo de los nuevos perfiles profesionales que el mercado, sin lugar a dudas, va a demandar.

Hasta ahora, las propuestas formativas universitarias de orientación profesional, en España, se hacen con ciertas reservas, sin atender, de manera expresa, al cambio radical que suponen las demandas del mercado laboral en relación al perfil del comunicador y en sus distintas especialidades; tampoco se perciben las empresas de comunicación como parte integrante de estas necesidades multimediáticas, a pesar de la aparición de nuevos medios y sistemas interactivos que deberían ser atendidos desde las propias facultades de Periodismo y desde programas de formación especializada de postgrado universitario. Proyectos avalados por una formación competente frente al mercado laboral en cuanto a la creación, producción y puesta en antena de nuevos formatos y técnicas informativas y comunicacionales.

Unos programas que deberán ajustarse a la adquisición y preparación formativa en contextos competitivos de calidad, de nivel avanzado, sin excluir ningún tipo de conocimientos, tecnologías, técnicas, herramientas o procesos necesarios para la gestión, desarrollo y producción de las materias propias del periodismo radiofónico multimedia.

Se trata pues de responder a un conocimiento previo y a una lectura atenta de esta realidad social que sirva para estimular y permitir el diseño de programas detallados y extensos en las distintas ramas, secciones o especialidades del Periodismo profesional radiofónico.

Estimamos que, aunque existen, en nuestra misma Facultad, ejemplos modélicos, acordes a estas exigencias¹, todavía prevalece la necesidad de seguir cubriendo el vacío empresarial, con la focalización de una formación íntegra en los programas universitarios de postgrado. Para conseguir dicho objetivo, se debería tener en cuenta los distintos referentes externos que pudieran respaldar la consecución de esta propuesta, en la medida en que todos los cursos de postgrado referidos, los colectivos y grupos de interés consultados en la memoria sean proyectos, personas e instituciones influyentes y de consideración (o de prestigio), que se relacionen de forma continua y directa tanto con el mundo docente como con el profesional, dentro del propio ámbito especializado.

No podemos olvidar que los cursos de postgrado son la última oportunidad de orientación puramente profesional para el alumno, a la vez que es el estadio ideal de formación de esa especialización temática y experimentalidad práctica (valga la redundancia). Por ello y para ello, y con el fin de resumir la esencia de nuestra comunicación, creemos nece-

saría la modificación de los principios tradicionales de estos programas con la presencia de profesionales -docentes o no docentes (tutores de prácticas)- que, siguiendo los designios y evolución de la oferta mediática, de forma intrínseca y muy directa, sepan orientar sobre las necesidades reales del mercado laboral.

En esta comunicación nos referimos a los cursos de postgrado, Másteres universitarios (avalados por la ANECA)² y Títulos Propios de Periodismo, de orientación profesional, con el requisito imprescindible de una formación especializada en las competencias necesarias para el desempeño laboral de sus alumnos, tanto desde la vertiente académica como profesional. Desarrollar dicha capacidad es fundamental para aprovechar las oportunidades que la actual era digital ofrece.

2. METODOLOGÍA

Esta comunicación forma parte del proyecto universitario³ que intenta, como uno de sus principales finalidades, convertir las facultades de Ciencias de la Información, en el área de Periodismo, en Laboratorios de prueba y error con Tecnologías emergentes. Sus líneas generales versan sobre la “investigación aplicada, creando y probando nuevas formas ciberperiodísticas como consecuencia de los cambios que producen Internet y las tecnologías disruptivas, bajo el paraguas de la innovación, los nuevos modelos de negocio y procesos interactivos transmediáticos.”

El presente trabajo tiene como objeto de estudio la observación de la enseñanza ofertada en los cursos de postgrado sobre la especialización periodística radiofónica, en relación con la realidad y exigencia práctica de los cibermedios y, en especial de la radio en internet. Sus objetivos específicos han sido averiguar cuáles son las carencias educativas docentes en su formación práctica y su relación con las exigencias profesionales del sector radiofónico emergente en Internet.

A partir de los resultados conseguidos se tiene previsto llevar a cabo una segunda investigación sobre la confección de modelos de programas docentes, que se adecúen a las demandas reales del mercado radiofónico en este nuevo paradigma digital y multimediático.

Comprobamos que, hasta estos momentos, en la mayoría de las universidades públicas españolas, en sus Facultades de Comunicación, y en sus cursos de postgrado, en una o varias áreas de especialización periodística, se ha centrado la atención, de manera casi exclusiva, en la ne-

cesidad de incorporar las herramientas tecnológicas a la teoría y práctica docente, sin recabar en las exigencias de comprensión y profundización de su aprendizaje; descuidando el manejo de sus fórmulas de perfeccionamiento experimental y efectivo, así como de los mecanismos y procesos de creación de ese nuevo producto de estudio. A nuestro modo de ver, las tecnologías, por sí solas, no garantizan la inclusión en una cultura colaborativa ni la intensidad o la calidad de esta participación, que requiere la adaptación a las modalidades participativas e interactivas que se van diseñando dinámicamente en su “arquitectura” (Aparici & Osuna, 2010: 308). Consideramos, en nuestro caso particular, que la adaptación a un nuevo modelo comunicativo, como en el que estamos inmersos, no puede ser llevada a cabo si no deriva de una profunda transformación metodológica docente, donde las relaciones con el alumnado pasen de ser unidireccionales y jerárquicas a bidireccionales y horizontales. El profesor, intermediario- no instructor- en este proceso educativo, debe adoptar una actitud mediadora lo que a su vez implica una formación permanente en la capacitación de algunas de las competencias básicas para el nuevo contexto multimedia como son: aprendizaje participativo, convergencia de medios, lenguajes de la web 2.0 y 3.0, interactividad, etc.

Esto significará poner en marcha modelos comunicativos reales que exigen participación recíproca y cambio de roles entre el emisor y receptor, profesor y alumno de este proceso educativo. Las guías docentes y prácticas previstas deben partir de un modelo de comunicación dialógica. Es decir, realizada en las dos direcciones: de forma horizontal y permanente, donde todos puedan ser autores o coautores de la información y del conocimiento.

Se trata simplemente de situarse en el preámbulo del aprovechamiento de las potencialidades informativas y participativas del nuevo entorno tecnológico y comunicativo. Un aprovechamiento que sólo será posible desde un planteamiento integrador, generador de sinergias, porque es “en el diálogo entre las ciencias sociales, las humanidades, las ciencias y las áreas específicas del ámbito tecnológico donde nos jugamos el futuro” (García Matilla, 2010: 164). Integración y sinergia han de contribuir a deshacer las brechas entre el entorno académico y profesional, de enseñanza formal y aprendizaje, de solucionar las “fracturas entre el espacio racional y emocional; físico y virtual; estático y dinámico” (Gabelas, 2010: 222).

Pretendemos que los futuros periodistas puedan adquirir las competencias necesarias para desenvolverse en un contexto cada vez más digital, a través de la modificación de prácticas educativas relacionadas con la gestión, la administración, la formación, la construcción de conocimiento y las relaciones entre docentes y alumnos.

La calidad del uso depende, pues, fundamentalmente de la sensibilidad y de las motivaciones vitales previas. De ellas depende, por otra parte, que las redes sociales sirvan para satisfacer algo más que necesidades primarias como la curiosidad, los chismes y el cotilleo (Ferrés, Aguaded y García Matilla, 2012: 40).

En este sentido, hay que destacar la insuficiencia de una educación mediática que se centra principalmente en la comprensión de productos, olvidando el entendimiento de las mentes de las personas que interaccionan con dichos productos. “Uno de los factores que puede favorecer la introducción universitaria de blogs educativos es precisamente el tiempo y la facilidad que se ganan trabajando en redes sectoriales como las que están creciendo en Internet alrededor de disciplinas y materias profesionales” (Zamarra, 2014: 37).

En síntesis, las graves carencias en contenidos relativos a los distintos ámbitos de la competencia mediática deberían llevar a los responsables del mundo académico, junto con los profesionales y empresas de comunicación, a potenciar tanto los valores teóricos como experimentales, en todos los niveles de enseñanza universitaria, de grado y postgrado, y tanto de la formal como de la no formal.

3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS. NUEVOS MODELOS EDUCATIVOS PARA NUEVOS MEDIOS. LA CIBERRADIO

3.1. El problema de la adaptación multimediática

En estos momentos, la adaptación de los medios a Internet presenta una realidad comunicacional muy diferente, que exige abandonar el concepto tradicional y buscar nuevas soluciones. Acotando nuestro punto de mira, la ciberradio no debe ser considerada como radio en sentido tradicional, ya que supera esta concepción. La ciberradio es sonido contextualizado con imagen e información escrita, que completa la emisión de

la programación convencional de las cadenas radiofónicas en Onda Media o Frecuencia Modulada.

De este modo, la radio tradicional considerada unisensorial y auditiva (González, 2006: 115-121), con Internet responde no a uno sino a dos tipos de prestaciones sonoras: la radio en sentido estricto, con una emisión continuada y una programación estructurada sujeta a una temporalidad que se complementan con una serie de informaciones escritas sobre diversos contenidos, apoyadas por imágenes y enriquecidas con material sonoro.

Por tanto, la ciberradio convive con otros servicios de audio, texto e imágenes y forma parte de una cadena integrada de productos de información, entretenimiento y educación. Este medio se transforma, abandona su carácter de medio perecedero. El orden y el tiempo sincrónico de su secuencia narrativa, caracterizado por el aquí y ahora, se rompe con el consumo diacrónico realizado en diferido y de forma selectiva.

Además de otras peculiaridades más técnicas como la digitalización de la señal, la comunicación sin cables, los dispositivos portátiles, la tecnología de Internet, la globalización y la liberalización de las telecomunicaciones que marcan un futuro distinto para una nueva radio. “Otra característica que define la tecnología móvil es su ubicuidad. Hay en el mundo más de 3.200 millones de usuarios registrados de teléfonos móviles, lo que hace de estos dispositivos la modalidad de TIC más utilizada en la Tierra” (Sevillano y Vázquez, 2015:3).

Éste es un fenómeno -conceptual, estructural, metodológico y social- que no siempre se percibe como cambio intrínseco y sustancial de un medio que surgió sin ser anunciado, que creció y destacó por su propia fuerza y expresividad, y que ahora se transforma en otro ser distinto. Igual les ocurre a sus congéneres, la prensa y la televisión, porque las causas son las mismas (Zamarra, 2010: 65-66).

La tecnología digital genera la convergencia de las terminales de recepción: los aparatos son portátiles y multipropósito con una tecnología flexible y transparente, capaz de asimilar nuevos cambios, que les faciliten su utilización. Estos nuevos formatos proporcionan la sinergia de contenidos entre soportes y el desarrollo de servicios complementarios o de valor añadido a su mensaje principal. Al mismo tiempo se modifica la estructura de trabajo de los actuales radiodifusores que comienzan a adoptar un perfil más cercano al de proveedor de contenidos que al de radiodifusor tradicional. Un concepto que ha tardado en conquistar Europa.

3.2. Cambios inherentes a la peculiaridad radiofónica

Nos hemos atendido a estas diez características básicas que diferencian de manera sustancial a la ciberradio de su antecesora, la radio. Circunstancias que modifican la esencia y por lo tanto el concepto de medio radiofónico tradicional y lo conducen hacia otro modelo de comunicación, inmerso en una convergencia mediática.

Asimismo, entre estos cambios que se presentan a continuación, existen otros relacionados con sus procesos de producción que también se modifican. Se trata de la radio de siempre con las ventajas e inconvenientes de un universo multimedia al que se asoma por primera vez.

Se dedica muy poco tiempo a la adaptación y elaboración de material sonoro de la radio convencional a la ciberradio; en su lugar, se recurre a una solución informática, propia de la improvisación, que, en ciertas ocasiones hace correr el riesgo de que el archivo sonoro llegue en mal estado o incluso no pueda ser recibido por el usuario (González, 2010-b: 125-126).

Radio	Ciberradio	Renovación Docente
Unisensorial Auditiva	Plurisensorial Vista, Oído, Tacto	Cambio del lenguaje sonoro y peculiaridad radiofónica
Peculiaridad del canal Diseño de producto sonoro radiofónico	Ciberespacio Diseño de producto Internet	Mayor expresividad y, posibilidades sonoras que ofrece Internet
El sonido informativo es exclusivo de emisoras de radio Información profesional	El sonido informativo se extiende por toda la red Información profesional y ciudadana	Ampliación de contexto y nuevas fórmulas informativas
Programación continuada y temporal	Nuevos hábitos de consumo: El usuario emplea la red en momentos puntuales a la búsqueda de una información concreta lograda mediante un acceso rápido y directo	El concepto de inmediatez sustituye al de fugacidad
Fugacidad informativa Radiofónica	Acceso inmediato y efectivo de contenidos almacenados que puedan consultarse en cualquier momento	Personalización de la información

Canales independientes y concretos, con determinada audiencia: “oyentes de radio”	Multiplicación de canales que responden a una ilimitada audiencia que ejerce gran poder para recibir, buscar y contrastar información generada o conocida por ellos	Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Necesidad de creación de un nuevo producto para Internet
Audiencia radiofónica limitada a un territorio, a un idioma, a unos gustos e intereses “oyentes de radio”	Audiencia universal con variedad de consumo y multiplicidad de intereses “prosumidores de ciberradio	Sistema informativo: Bidireccional, interactivo
Audiencia predominantemente adulta	Audiencia tecnocrática, cada vez más joven	Variación en las formas expresivas con contenidos periodísticos y de ficción
Información, música y entretenimiento dentro de su programación convencional	Mayores prestaciones informativas multiplicación de direcciones sobre las temáticas más variadas	Ampliación en la oferta de nuevos contenidos, de mayor calidad ante la exigencia del usuario
Información generalista	Especialización temática en la diversidad de contenidos	Oferta de contenidos personalizados o contenidos a la carta
Predominio de noticias y crónicas	Importancia a géneros más personalizados como el reportaje y entrevista	Profundización en géneros radiofónicos más creativos

Fuente: Elaboración propia.

Por ello, y como bien nos anunciaba nuestro querido maestro, el profesor Cebrián Herreros, es preciso que se modifique plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio para atraer a esa nueva y exigente audiencia más joven que busca mayor personalidad informativa y una gran interactividad en esta gestión comunicativa. Esta transformación en la producción, emisión, difusión y audiencia deben ser contemplados en los programas y guías docentes universitarias.

De momento hablamos de radio por Internet o de periódico por Internet, pero no son denominaciones exactas, lo mismo que tampoco fueron correctas las de periódico por radio (‘diario hablado’) o periódico por televisión (‘telediario’). Por estos errores iniciales de concepción, la radio tardó en de-

sarrollar con autonomía la información. De hecho todavía quedan resistencias en determinados profesionales y docentes que persisten en ‘redactar’ para radio y para televisión. No podemos incurrir en lo mismo a la hora de abordar Internet (Cebrián, 2001:21).

Estamos de acuerdo con el recordado profesor, nos encontramos en la “Fase de los Multimedia” (Cebrián, 2007) en la que la información tiende a personalizarse a través de la integración de todos los recursos expresivos necesarios para comprender la sociedad actual.

Se está originando un nuevo paradigma de la comunicación, un nuevo modelo comunicacional que tiene como eje las comunicaciones digitales interactivas, con las que se modifica el modelo de los medios tradicionales y se vislumbra otro nuevo.

En la actualidad, la radio sigue los pasos de las nuevas tecnologías y continúa buscando, su gran y tradicional reto, contenidos con los que hacer frente a la avanzada técnica. Sin embargo, en esta ocasión, debe afrontar su propia idiosincrasia identificativa, el sonido, y hacerse eco por diversidad de canales y formas comunicacionales (González, 2010-a: 51).

Una información multimedia que implica la integración de sistemas expresivos escritos, sonoros, visuales, gráficos y audiovisuales en su sentido completo y pleno, no acumulativo ni yuxtapuesto, ya que a ellos se añaden otros elementos específicos como la interactividad, la navegación e hipertextualidad e hipermedialidad, conceptos vírgenes que aún no han sido asimilados en su justa medida por los profesionales de radio y anteriormente por los responsables de los programas de enseñanza universitaria.

La multimedialidad es una de las características que definen el ciberperiodismo, su uso del multimedia aunque no es un fenómeno nuevo, desde las primeras experiencias en la Red, se optó por incorporar elementos audiovisuales, aunque siempre con un carácter subsidiario al texto escrito (Zamarrá, 2010: 71).

4. CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados obtenidos por la observación de los programas y guías de postgrado universitario, ponen de manifiesto serias carencias en la mayor parte de las dimensiones que componen las competencias de la materia relativa a la ciberradio: la de la variabilidad de sus lenguajes, formatos y géneros radiofónicos, adaptación al sistema multimedia, transformación en sus procesos de producción y difusión, innovación en los sistemas y fases de recepción e interacción, así como en su capacidad estética. Sólo en cuestiones relativas a la tecnología se obtienen unos resultados aceptables (Salgado, González y Zamarra, 213).

Se detectan también carencias en la comprensión de los procesos mentales que se producen en la interacción con las pantallas, sobre todo en lo relativo a los mecanismos emocionales e inconscientes. Y se observan, en fin, unos niveles crecientes de participación, pero muy alejados todavía, en cantidad y en calidad, de las posibilidades que ofrece el nuevo entorno comunicativo.

Estos resultados deberían constituir un reto para las instancias educativas universitarias, que han de comprometerse a garantizar una formación que potencie la competencia mediática de la radio en Internet o ciberradio.

Asimismo, insertos de lleno en un entorno social mediado por las multipantalla, habría que capacitar a los estudiantes de Periodismo radiofónico en el conocimiento de cómo poder interaccionar, de manera efectiva y eficiente, con los mensajes ajenos, con el fin de capacitarles en la producción y difusión de informaciones que ayuden a enriquecer su desarrollo personal, creativo y profesional, y contribuyan en la mejora de la Sociedad de la Comunicación e Información actual, tan dispersa, variada y exigente.

Creemos que estos programas académicos deben contar, de manera obligada, con colaboraciones formativas de profesionales radiofónicos en activo que ayuden a identificar, modelar y completar las vías de encuentro académico-profesional entre la Universidad y la empresa informativa. Exigencia que consideramos imprescindible para la obtención de la máxima calidad formativa científica, unida a la cualificada preparación profesional, y vinculadas, ambas, a un auténtico servicio laboral de sus estudiantes (González, Salgado y Fombona, 2012).

Notas

1. Un ejemplo de curso de postgrado en periodismo general -prensa, radio, TV e Internet- es el Máster Universitario de Periodismo Multimedia Profesional, que atiende a todos los requisitos multimedia pero no se centra exclusivamente en la ciberradio, que es nuestro punto de atención y análisis. No ocurre, de la misma manera, con otros, que, especializados en Radio, dan mucha mayor prioridad a la enseñanza de la radio analógica que de la emitida por Internet, a través de su Página Web.
2. La ANECA, “Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación”, como fundación estatal que tiene como objetivo contribuir a la mejora de la calidad del sistema de educación superior mediante la evaluación, certificación y acreditación de enseñanzas, profesorado e instituciones.
3. Grupo de Investigación Complutense, “*Internet Media Lab*: Laboratorio para la Investigación, Modelos e Innovación de Medios Interactivos y Periodismo Transmedia. I3MLab”.

Referencias Bibliográficas

- APARICI MARINO, Roberto y OSUNA ACEDO, Sara. 2010. “Educomunicación y cultura digital”. En R. Aparici (Coord.). **Educación más allá del 2000**. Editorial Gedisa. Barcelona (España).
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2007). **Modelos de radio, desarrollos e innovaciones**. Editorial Fragua. Madrid (España).
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2001). **La radio en la convergencia multimedia**. Editorial Gedisa. Barcelona (España).
- FERRÉS PRATS, Joan, AGUADED GÓMEZ, Ignacio y GARCÍA MATILLA, Agustín. 2012. “La competencia mediática de la ciudadanía española” en **ICONO 14**. Vol. 10. Nº 3. pp. 23-42.
- GABELAS BARROSO, José Antonio. 2010. “Escenarios virtuales, cultura juvenil y educación 2.0” en APARICI MARINO, R. (coord.) **Educación más allá del 2000**. pp 205-224. Ed. Gedisa. Barcelona (España).
- GARCÍA MATILLA, Agustín. 2010. “Publicitar la Educomunicación en la universidad del siglo XXI” en APARICI MARINO, R. (coord.) **Educación más allá del 2000**. pp. 151-170. Ed. Gedisa. Barcelona (España).

- GONZÁLEZ CONDE, M. Julia; SALGADO SANTAMARÍA, Carmen y FOMBONA CADAVIECO, Javier. 2012. "Competencias didácticas en cursos online de posgrado universitario" en **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**. pp. 443-453. Vol. 18 N^o. Esp. Octubre. Publicaciones Universidad Complutense de (España).
- SALGADO SANTAMARÍA, Carmen; GONZÁLEZ CONDE, M. Julia y ZAMARRA LÓPEZ M^a. Mercedes (2013). "Innovación y aplicación tecnológica en el ámbito de la Educación Superior universitaria. El empleo de los blogs en las universidades españolas". **Historia y Comunicación Social**. Vol. 18. N^o Esp. Diciembre. pp. 613-625.
- GONZÁLEZ CONDE, M. Julia (2010-a). "*La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio*". En **Revista Estudios de Juventud**. N^o 88. pp. 51-62. Injuve. Instituto de Igualdad. Gobierno de España.
- GONZÁLEZ CONDE, M. Julia (2010-b). "Expresión creativa y sonora de los blogs en el contexto interactivo y multimedia de la ciberradio". En Cebrián Herreros M. (director) **Desarrollo del periodismo en Internet**. pp. 106-127. Ed. Comunicación Social. Sevilla-Zamora (España).
- GONZÁLEZ CONDE, M. Julia (2006). **La radio. El sonido de la supervivencia**. Ed. Universitas. Madrid (España).
- SEVILLANO GARCÍA, María Luisa; VÁZQUEZ CANO, Esteban. 2015. **Modelos de investigación en contextos ubicuos y móviles en Educación Superior**. Mc Graw Hill Education. UNED (España).
- ZAMARRA LÓPEZ, M^a Mercedes; PÉREZ GALLEGU, Miguel Ángel (2014). "Blogs educativos, las nuevas herramientas virtuales docentes" en **Espacio europeo de educación inicial, media, superior y permanente. Cómo integrar en la formación, prensa, blogs, moocs, ples, programas on-line, multimedia**. pp. 125-160. UNED Ediciones académicas: Madrid (España)-Brixen (Austria).
- ZAMARRA LÓPEZ, M^a Mercedes (2012). "Sinergias periodísticas entre las redes sociales, los medios audiovisuales y la prensa digital" en CEBRIÁN HERREROS M. (director). **Innovaciones periodísticas en las redes sociales**. pp. 67-107. Servicio de Publicaciones Universidad Complutense de Madrid (España).
- ZAMARRA LÓPEZ, M^a Mercedes (2010). "Usos del audio y del vídeo en los ciberperiódicos" en CEBRIÁN HERREROS M. (director) **Desarrollo del periodismo en Internet**. pp. 65-79. Ed. Comunicación Social. Sevilla-Zamora (España).