

VII

LA IMPLANTACIÓN DEL PERIODISMO PARTICIPATIVO EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA

Bella Palomo (Universidad de Málaga -España-)

María Sánchez (Universidad de Málaga -España-)

1. Introducción

La mentalidad “digital-first” se ha implantado en muchos medios de comunicación en los últimos años y ha redefinido la práctica y la propia esencia del periodismo. Esta estrategia empresarial no solo da prioridad a la creación de contenidos para ediciones online, sino que se preocupa también de medir las interacciones y fomentar las conversaciones entre los periodistas y los usuarios, porque conectar con las audiencias se ha convertido en un factor clave para la supervivencia del negocio mediático.

La Academia también se ha preocupado de estas nuevas prácticas. Hay trabajos de referencia que abordan las motivaciones de los periodistas para interactuar con la audiencia y la aparición de nuevos perfiles profesionales, revisan desde una perspectiva crítica las nuevas rutinas profesionales en los medios sociales, y cuestionan la calidad de los contenidos publicados en estos espacios que incitan a la participación.

En ocasiones, las carencias y los errores en los mensajes se relacionan con una débil formación de los periodistas, por lo que resulta pertinente comprobar si se cubren estas nuevas habilidades cognitivas en los actuales planes de estudio. Es decir, los estudiantes de Periodismo ¿adquieren una educación adecuada adaptada al nuevo

contexto? ¿Los futuros periodistas reciben nociones sobre cómo motivar a sus audiencias para participar en la expansión del periodismo abierto, cómo deben gestionar sus perfiles digitales, cómo verificar un contenido procedente de redes sociales o cómo solventar una crisis de comunicación vía Twitter, Facebook o Youtube?

En este artículo se analiza dónde y cómo se estudian asignaturas como Periodismo Participativo o Periodismo Ciudadano y Redes Sociales en las titulaciones de Periodismo que se imparten en más de cuarenta universidades españolas, con objeto de detectar fortalezas y debilidades en la enseñanza del manejo de los medios sociales por parte de las nuevas generaciones de periodistas.

2. Aprendizaje continuo dentro y fuera de las aulas

Una de las características más destacables de la profesión periodística en las dos primeras décadas del siglo XXI es su inestabilidad. Al margen de la crisis, los periodistas viven bajo una presión constante derivada de redefinir de forma continuada sus habilidades profesionales debido a la extrema dependencia existente entre el ecosistema mediático y los cambios tecnológicos, económicos, políticos y sociales.

La sociedad no es ajena a esta metamorfosis. El reciente informe del Pew Research Center for the People & the Press, titulado “Amid Criticism, Support for Media’s ‘Watchdog’ Role Stands Out”, desvela que según la opinión de los ciudadanos norteamericanos, la profesión periodística en la actualidad es más compleja, más importante y necesaria que nunca porque debe dotar de sentido al amplio volumen de información que se genera. Para controlar este escenario, el 79% de los encuestados considera fundamental poseer ciertas habilidades y un entrenamiento previo, lo que debe combinarse con la capacidad de autoformación permanente. Esta visión externa coincide con los objetivos planteados y las competencias a adquirir en la mayoría de

los planes de estudios de Periodismo en España, donde se combina la formación académica intelectual, de naturaleza teórica, con el aprendizaje de habilidades prácticas y de carácter técnico (López García, 2010). Imitar y reproducir la práctica profesional es clave para reflexionar y actuar con calidad, por lo que ha sido una estrategia abordada internacionalmente (Poerksen, 2010). Además, esta conexión entre la universidad y el escenario laboral es la respuesta híbrida al clásico consejo que desde finales del siglo XIX se da a los aspirantes a periodistas: “*journalism is something to learn on the job rather than to train for by way of preparation*” (Cushion, 2007. Pág. 421).

Y aunque de momento es imposible que el mercado absorba el número de licenciados, la empleabilidad es uno de los criterios que se miden para evaluar la calidad de los estudios de Periodismo. Para cumplir con él resulta esencial descubrir a los alumnos las nuevas salidas profesionales existentes -que van más allá de la prensa, la radio y la televisión-, además de formarlos para que sean competitivos en el mercado laboral actual y que estén dotados de cualidades demandadas por las empresas periodísticas o incluso competir con ellas si se les educa para ser emprendedores y creativos (Baines & Kennedy, 2010). La complejidad del proceso radica en la fase de desorientación y experimentación, basado en el principio prueba/error, que atraviesan unos medios en continua transformación y otras empresas que apuestan por la comunicación profesional, y que convierte en inestables la mayoría de las programaciones docentes de aquellas asignaturas vinculadas directamente con el ejercicio actual del periodismo. Como prueba de ello, a pesar del progresivo protagonismo que han ido adquiriendo las audiencias en la producción informativa durante la última década, en los perfiles profesionales contemplados en el *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación* elaborado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (Aneca) en 2005, no se menciona entre las funciones fundamentales descritas

la interacción con los usuarios ni la formación de dichos públicos.

3. Estar en las redes: de la opción a la obligación

Internet se ha convertido en la principal fuente informativa para los ciudadanos de menos de 50 años en países como Estados Unidos (Pew Research Center, 2013) y España.

En una primera fase, las habilidades multimedia han resultado imprescindibles para que los periodistas posean un perfil competitivo. En la actualidad, la dimensión participativa del comunicador es el gran valor en alza porque ahora el ciudadano, y no la tecnología, es el motor de la comunicación.

Las nuevas generaciones han asumido con naturalidad esta aproximación al ciudadano. En un intento de predecir el futuro, la agencia Servimedia presentó en 2010 “Los nuevos periodistas, la influencia de la Web 2.0 y la responsabilidad social”, una encuesta a 305 estudiantes de 21 universidades españolas para conocer los usos que los futuros periodistas realizan de los medios sociales. El resultado fue contundente: todos eran usuarios habituales de medios sociales y el 87,5% de los encuestados pensaban que el periodismo del futuro estaría muy influenciado por la web 2.0.

En la última década, diversos estudios se preocuparon por la formación en materia ciberperiodística que recibían en las aulas las nuevas generaciones de periodistas (Tejedor, 2008). En la actualidad, esa inquietud se ha trasladado a la docencia del periodismo participativo, desde donde se debe dotar al futuro periodista de nuevas habilidades comunicativas, del conocimiento y la comprensión del panorama interactivo. Existen investigaciones previas que analizan el uso académico de las redes sociales que hacen los universitarios (Gómez, Roses & Farias, 2012), pero no especifican cómo se forma a los futuros periodistas en esta

práctica. Este curso 2013/2014 se completa la implantación del grado en todas las facultades españolas, y es por tanto el momento de hacer balance sobre las novedades implementadas en materia de interacción con las audiencias.

En Estados Unidos se han creado grupos de interés como el Civic and Citizen Journalism Interest Group de la Association for Education in Journalism and Mass Communication, formado por profesores, investigadores, profesionales y estudiantes dedicados al avance del periodismo que promueva el compromiso con el ciudadano.

4. Metodología

Se presenta un estudio exploratorio que analiza el estado actual de los planes de estudios que constituyen la oferta formativa oficial de los grados de Periodismo y Comunicación en España para el curso 2013/2014 con objeto de localizar aquellas asignaturas que abordan el periodismo participativo de forma significativa en sus temarios. Este rastreo ha permitido detectar aquellos centros que, aprovechando su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior, han orientado parte de su enseñanza a comprender y dominar la interacción con la audiencia, revolucionando el modelo clásico de comunicación. Este análisis se complementa con una encuesta on line a alumnos que cursaron la asignatura optativa Periodismo Ciudadano y Redes Sociales en la Universidad de Málaga.

5. Resultados del estudio

La naturaleza de la labor periodística está cambiando, y algunos grados de Periodismo contemplan esta transformación en sus programaciones para formar a periodistas adaptados a esta realidad. Un estudio del Progressive Policy Institute indica que mientras las contrataciones en medios convencionales están en declive (durante 2012 disminuyeron un 5% en periódicos), la demanda de periodistas se ha incrementado gracias a los

nuevos medios (Mandel, 2013). En este sentido, los estudiantes concluyen sus estudios con una satisfactoria formación tecnológica.

Tabla 1. El periodismo participativo como asignatura autónoma en los grados de Periodismo en España (curso 2013/2014)

Universidad	Asignatura	Tipología	ECTS	Curso
IE University*	Comunidades virtuales	Obligatoria	3	3.º
Universidad a Distancia de Madrid	Periodismo digital y redes sociales	Formación básica	6	4.º
Universidad Autónoma de Barcelona	Producció periodística multiplataforma	Optativa	6	
Universidad Camilo José Cela	Nuevas tecnologías	Obligatoria	6	2.º
Universidad Camilo José Cela	Redes sociales	Optativa	6	3.º
Universidad Carlos III	Comunicación y participación ciudadana en la red	Formación básica	6	1.º
Universidad CEU Cardenal Herrera	Comunicación digital y arquitectura de la información	Obligatoria	6	4.º
Universidad de Castilla-La Mancha	Comunicación interactiva y redes sociales	Optativa	6	4.º
Universidad de Deusto*	Elaboración de mensajes para la web	Obligatoria	6	3.º
Universidad de Málaga	Periodismo ciudadano y redes sociales	Optativa	6	3.º-4.º
Universidad de Navarra	Comunicación multimedia	Obligatoria	3	1.º
Universidad de Santiago de Compostela	Movimientos periodísticos y comunicación ciudadana	Optativa	6	4.º
Universidad de Valladolid	Periodismo participativo en la red	Optativa	7,5	3.º
Universidad del País Vasco	Periodismo social y participativo en internet	Optativa	6	3.º
Universidad Francisco de Vitoria	Ciberperiodismo y productos digitales	Obligatoria	6	3.º
Universidad Internacional de La Rioja*	Comunicación en medios digitales	Obligatoria	4	3.º
Universitat Abat Oliba CEU	Producció periodística	Obligatoria	6	3.º
Universitat de Lleida	Gestió y producción de la información en red	Obligatoria	7,5	3.º
Universitat de Vic	Mitjans de comunicació socials	Optativa	3	
Universitat Ramon Llull	Periodismo digital	Obligatoria	6	4.º
Universitat Ramon Llull	Narrativa multimedia	Optativa	2	1.º

*Con asterisco los grados en Comunicación

El periodismo participativo como asignatura autónoma en los grados de Periodismo en España (curso 2013/2014). Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Tratamiento parcial del periodismo participativo en las programaciones docentes de los grados de Periodismo en España (curso 2013/2014)

Universidad	Asignatura	Tipología	ECTS	Curso
IE University*	Alfabetización digital	Obligatoria	3	1.º
Universidad Autónoma de Barcelona	Escritura periodística en multimèdia i interactius	Obligatoria	6	2.º
Universidad Autónoma de Barcelona	Producció i expressió periodística en multimèdia interactius	Obligatoria	6	2.º
Universidad Autónoma de Barcelona	Gestió de continguts digitals	Optativa	6	4.º
Universidad Carlos III	Periodismo en la red	Obligatoria	6	2.º
Universidad Carlos III	Comunicación multimedia: el relato periodístico	Optativa	6	3.º
Universidad Católica de Murcia	Tecnología III: Multimedia interactiva	Obligatoria	6	3.º
Universidad CEU San Pablo	Tecnología y nuevos medios	Obligatoria	6	3.º
Universidad Complutense	Multimedia	Obligatoria	6	3.º
Universidad de Deusto*	Herramientas multimedia	Formación básica	6	1.º
Universidad de La Laguna	Tecnología en periodismo	Obligatoria	6	3.º
Universidad de La Laguna	Ciberperiodismo	Obligatoria	6	3.º
Universidad de Murcia	Tecnologías de la producción informativa	Obligatoria	12	3.º
Universidad de Santiago de Compostela	Nuevos formatos y productos para la red	Optativa	6	4.º
Universidad de Santiago de Compostela	Nuevos soportes y arquitectura de la información	Obligatoria	6	4.º
Universidad de Sevilla	Multimedia	Optativa	6	3.º
Universidad de Sevilla	Periodismo multimedia	Obligatoria	6	3.º
Universidad de Sevilla	Nuevas tecnologías y sociedad de la información	Formación básica	6	1.º
Universidad de Zaragoza	Comunicación e información digital	Obligatoria	6	4.º
Universidad de Zaragoza	Proyecto de comunicación digital	Obligatoria	9	4.º
Universidad Internacional de La Rioja*	Gestió y edición de contenidos digitales	Obligatoria	4	3.º
Universidad Miguel Hernández	Producció periodística	Obligatoria	6	3.º
Universidad San Jorge	Comunicación estratégica online	Optativa	3	3.º
Universitat de Lleida	Gestió de projectes en formats periodístics i audiovisuals	Optativa	7,5	4.º
Universitat de Valencia	Periodismo digital	Obligatoria	6	2.º
Universitat de Vic	Comunicació digital interactiva	Obligatoria	3	3.º
Universitat de Vic	Periodisme en línia	Obligatoria	3	3.º
Universitat de Vic	Taller de comunicació interactiva	Obligatoria	3	3.º
Universitat de Vic	Ètica professional	Obligatoria	3	4.º
Universitat de Vic	Convergència mediàtica	Optativa	3	
Universitat Oberta de Catalunya*	Periodismo digital	Optativa	6	
Universitat Oberta de Catalunya*	Producció y distribución multiplataforma	Optativa	6	
Universitat Pompeu Fabra	Taller de disseny, grafisme i producció d'Internet	Optativa	8	4.º
Universitat Pompeu Fabra	Periodisme a Internet	Obligatoria	4	2.º
Universitat Rovira i Virgili	Periodismo a Internet	Obligatoria	6	3.º

*Con asterisco los grados en Comunicación

Tratamiento parcial del periodismo participativo en las programaciones docentes de los grados de Periodismo en España (curso 2013/2014).

Fuente: Elaboración propia.

La innovación y la experimentación resultan claves en las asignaturas vinculadas al futuro de la profesión. En este sentido, en las asignaturas vinculadas al periodismo ciudadano o participativo se dan a conocer las últimas herramientas 2.0, incluso si están en fase beta, que emplean los periodistas, y existe un aprovechamiento académico de las redes sociales creando escenarios que simulan actividades profesionales a las que el alumno debe dar respuesta. La creatividad también se estimula planteando ejercicios de temática abierta, a proponer por cada estudiante, logrando simultáneamente una personalización del aprendizaje. En aquellos casos en los que no existe una vocación periodística real, o cuando el alumno vive desconectado de la actualidad informativa, su capacidad decisoria es limitada, lo que genera una brecha en el aula. Este comportamiento pasivo no resulta inusual tampoco en otras universidades extranjeras:

“When they get to university, they are depressingly incurious about the world around them and sit back expecting you to spoon-feed them . . . Most want to do sport, music or lifestyle”
(Hanna & Sanders, 2007: 404).

5.1. La miopía participativa

Un alto porcentaje de los alumnos son seguidores de sus profesores y de profesionales de la comunicación.

Uno de los objetivos que acompaña a esta asignatura es que los futuros periodistas aprendan a hacer un uso racional de las herramientas sociales. Un estudio de Monge y Olabarri (2011) reveló que el 79,82% de los universitarios encuestados en la Universidad del País Vasco no habían leído las condiciones de uso de las redes en las que participaban, porcentaje similar a quienes desconocían las consecuencias legales de sus prácticas.

A pesar del éxito que tienen las redes sociales entre los jóvenes, algunos universitarios no quieren usarlas

(Turan, Tinmaz & Goktas, 2013). Solo tres de los 48 alumnos matriculados en la asignatura Periodismo Ciudadano y Redes Sociales, en la Universidad de Málaga, no estaban presentes en alguna red social, y escogieron la materia sin prever que fuera necesario que se dieran de alta en algunas de ellas para poder conocer, criticar y mejorar su uso.

Los estudiantes de Periodismo han sido tradicionalmente críticos con la formación recibida, calificándola de “regular”. Así lo recogen en un estudio reciente Gómez y Roses (2013), según el cual quienes se licenciaron en 2011 no consideraron haber recibido mejor formación que quienes terminaron en 1976.

Una de las quejas manifestadas por docentes de la asignatura Periodismo Ciudadano es que se han multiplicado hasta en un 80 por ciento los casos de plagio. En este sentido, existen estudios empíricos que demuestran que los contenidos on line son más vulnerables de ser copiados porque los universitarios perciben que el plagio en este contexto es menos deshonesto que copiar fuentes impresas al entender que la información disponible en internet es de dominio público, que muchos textos aparecen sin firmar y que no existe una norma de estilo uniforme sobre cómo citar los distintos recursos disponibles en la red (Baruchson-Arbib & Yaari, 2004. Págs. 5-6).

El eje central de estas asignaturas es la relación con los usuarios: herramientas disponibles para establecer esta comunicación, la verificación de los contenidos localizados en estos entornos, la monitorización de estas acciones, la reputación, el posicionamiento y los nuevos perfiles profesionales derivados del entorno 2.0, que se centran fundamentalmente en el community manager y el content curator.

La oferta de posgrado también aborda directamente el nuevo escenario marcado por el protagonismo de las audiencias activas. En este sentido, existen dos aproximaciones: una directa, como la del Máster Universitario en Gestión de la Comunicación en Redes

Sociales (IE University), y una segunda propuesta más generalista y extendida, que apuesta por las nuevas tecnologías en sentido amplio, como el Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación (Universitat Jaume I), el Máster Universitario en Periodismo Multimedia (Complutense), el Máster Universitario en Periodismo Web (Universidad Nebrija) o el Máster en Innovación en Periodismo (Universidad Miguel Hernández) donde se incluyen en sus programas asignaturas como Periodismo ciudadano y web 2.0; Gestión de medios sociales y comunidades on-line; El periodismo en las redes sociales, Medios sociales y community manager, o Videoperiodismo y las redes sociales.

6. Conclusiones

La convergencia digital ha influido en cómo se produce, distribuye y consume la información, por lo que resulta lógico que desde la Universidad se estudie y analice este fenómeno que ha revolucionado el sector de la comunicación y el concepto de participación. El deterioro de las empresas tradicionales de comunicación justifica también la reorientación de la enseñanza a la que se someten las nuevas generaciones de periodistas. Sin embargo, y a pesar de que la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior ha obligado a renovar todos los planes de estudios de Periodismo y adaptarlos a este nuevo contexto desde 2010, esta investigación desvela que son escasas las universidades que han otorgado un mayor protagonismo a las audiencias en sus propuestas, predominando su presencia como temas integrados en asignaturas de carácter más genérico, tipo Ciberperiodismo o Periodismo Digital. Esta disonancia con la realidad prolonga la brecha digital profesional y provoca que el uso racional de estas herramientas dependa en buena medida del conocimiento autodidacta del periodista.

En aquellos casos donde sí se imparten materias independientes vinculadas al periodismo participativo, los

alumnos experimentan con tecnologías familiares y desconocidas, se premia la originalidad, asumen riesgos y abordan temáticas de las que quizá nunca puedan responsabilizarse en un medio.

7. Agradecimiento

Esta investigación se enmarca dentro del proyecto nacional “Audiencias activas y Periodismo: Estrategias de innovación en la empresa informativa y nuevas figuras profesionales” (CSO2012-39518-C04-04), financiado por el ministerio de Economía y Competitividad.

8. Bibliografía

Capítulos o artículos en libros o revistas en papel:

- BAINES, David & KENNEDY, Ciara (2010): An education for Independence. Should entrepreneurial skills be an essential part of the journalist’s toolbox?, en *Journalism Practice*, vol. 4, n.º1, 97-113. doi: 10.1080/17512780903391912
- CALVO, Santiago, CORPUS, Roberto & LOZANO, Fernando (2011): La formación del ciberperiodista 2.0, en QUADROS, Claudia, CAETANO, Kati & LARANGEIRA, Álvaro: *Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais*. LabCom Books. Covilha.
- CASTAÑEDA, Linda & CAMACHO, Mar (2012): Desvelando nuestra identidad digital, en *El profesional de la información*, vol. 21, n.º4, 354-360.
- CUSHION, Stephen (2007): “On the beat” or in the classroom. Where and how is journalism studied?, en *Journalism Practice*, vol. 1, n.º3, 421-434. doi: 10.1080/17512780701505234
- DROK, Nico (2013): Beacons of reliability. European journalism students and professionals on future

- qualifications for journalists, en *Journalism Practice*, vol. 7, n.º, 145-162. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2012.753209>
- FOURIE, Pieter J. (2013): Beyond skills training. Six macro themes in South Africa journalism education, en *Journalism Practice*, vol. 7, n.º, 212-230. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2012.753290>
 - GÓMEZ, Bernardo & ROSES, Sergio (2012): Valoración de los profesionales sobre la enseñanza del periodismo en España. Un análisis intergeneracional, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol.19, n.º 1, 403-418. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42529
 - GÓMEZ, Marisol, ROSES, Sergio & FARIAS, Pedro (2012): El uso académico de las redes sociales en universitarios, en *Comunicar*, vol.19, n.º 38, 131-138.
 - HANNA, Mark & SANDERS, Karen (2007): Journalism education in Britain. Who are the students and what do they want?, en *Journalism Practice*, vol. 1, n.º3, 404-420. doi: 10.1080/17512780701505093
 - HIRST, Martin & TREADWELL, Greg (2011): Blogs bother me. Social media, journalism students and the curriculum, en *Journalism Practice*, vol. 5, n.º4, 446-461. doi: 10.1080/17512786.2011.555367
 - LÓPEZ, Francisco (2008): El campus de la Universidad Carlos III en Second Life, en *El profesional de la información*, vol. 17, n.º6, 657-661.
 - MICÓ, Josep Lluís, MASIP, Pere & BALLANO, Sonia (2012): Criterios de contratación y perfiles profesionales emergentes en los medios. Universidad y empresas informativas en época de crisis en Cataluña, en *Ámbitos*, n.º21A, 281-294.
 - OPGENHAFFEN, Michaël, D'HAENENS, Leen & MAARTEN, Corten (2013): Journalistic tools of the trade in Flanders. Is there a fit between journalism education and professional practice?, en *Journalism Practice*, vol. 7, n.º2, 127-144. doi: <http://dx.doi.org/10.1080/17512786.2012.753208>

- POERKSEN, Bernhard (2009): The didactic challenge. The training of journalists in a university context: general considerations and conceptual proposals for the integration of theory and practice, en *Journalism Practice*, vol. 4, n.º2, 180-191. doi: 10.1080/17512780903172056
- RÓMER, Max, CAMILLI, Celia & LÓPEZ, Ernesto (2013): Aproximación a un modelo de innovación en la docencia universitaria, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol.19, n.º especial abril, 971-979. doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42182
- TEJEDOR, Santiago (2008): La enseñanza del ciberperiodismo en las materias de producción periodística de las licenciaturas de Periodismo, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol.14, 617-630.
- TURAN, Zeynep, TINMAZ, Hasan & GOKTAS, Yuksel (2013): Razones por las que los alumnos universitarios no utilizan las redes sociales, en *Comunicar*, vol.21, n.º41, 137-145.
- VALERIO, Gabriel & VALENZUELA, Ricardo (2011): Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable, en *El profesional de la información*, vol. 20, n.º6, 667-670. doi: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.nov.10>

Artículos en publicaciones web:

- BARUCHSON-ARBIB, Shifra & YAARI, Eti (2004): Printed versus Internet Plagiarism: A study of students' perception, en *International Journal of Information Ethics*, vol. 1. Disponible en: www.i-r-i-e.net/inhalt/001/ijie_001_05_baruchson.pdf. Consultado el 8 de agosto de 2013.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé (2010): La formación de los periodistas en el siglo XXI en Brasil, España, Portugal y Puerto Rico, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. Disponible en:

- www.revistalatinacs.org/10/art2/896_Santiago/18_Xose.html. Consultado el 12 de agosto de 2013.
- MANDEL, Michael (2013): Declining industries vs growing Jobs: what the WaPo deal tells us about innovation, en *The Progressive Fix*. Disponible en: <http://www.progressivepolicy.org/2013/08/what-the-washington-post-deal-tells-us-about-the-future-of-jobs/>. Consultado el 12 de agosto de 2013.
 - MONGE, Sergio & OLABARRI, María Elena (2011): Los alumnos de la UPV/EHU frente a Tuenti y Facebook: usos y percepciones, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. Disponible en: www.revistalatinacs.org/11/art/925_UPV/04_Monge.html. Consultado el 8 de agosto de 2013.