

Colaboran en este número:

María Almudena ÁLVAREZ IRARRETA

Doctora en Filosofía y Ciencias de la Educación por la UNED, Master en Innovación educativa y evaluación de programas formativos, Profesora de Didáctica en la Universidad Autónoma de Madrid y Orientadora psicopedagógica en la Comunidad Foral de Navarra; con 26 años de experiencia docente e investigadora. Autora de artículos y libros como *“La fotonovela: Un valioso recurso didáctico en Escuela. “Un canal educativo para la educación universitaria a distancia” en Comunicar, La televisión educativa: una respuesta a las necesidades de formación en una sociedad multicultural en Pearson Prentice Hall, Formación de formadores después de Bolonia, Díaz de Santos*. Investigadora responsable en Proyectos de Innovación, participante en varios Proyectos I +D y de Convergencia Europea, miembro del Grupo de Investigación EMIPE con el que ha colaborado en publicaciones diversas, ponente en Congresos e instituciones educativas...

Daniel ARANDA JUÁREZ

Doctor en Comunicación y Profesor de los Estudios de Información y Comunicación de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Su línea investigación actual se centra en el estudio de las formas de consumo y prácticas culturales del ocio digital de los jóvenes (videojuegos, el uso de las redes p2p o la utilización de teléfonos móviles y otros dispositivos portátiles). Ha publicado artículos sobre consumo cultural y recepción de la televisión y el cine, y numerosos trabajos sobre ocio digital. Es coautor del libro *Guión Audiovisual* (2006) y co-editor de los libros *Puntos de vista. Una mirada poliédrica a la historia del cine* (2009) y *Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos* (2009).

Antonio J. BALANDRÓN PAZOS.

Doctor en Publicidad y RR.PP., licenciado en Periodismo por la Universidad Pontificia de Salamanca y licenciado en Publicidad y RR.PP. por la Universidad de Vigo, es en la actualidad profesor de esta especialidad en la Facultad de CC. de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. En 2003 fue galardonado con el Premio a la Investigación sobre Comunicación de Masas del Consell de l'Audiovisual de Cataluña por un trabajo sobre las relaciones entre la publicidad y la violencia. Cuenta con varios libros publicados y numerosas aportaciones en revistas académicas y participaciones en congresos y reuniones científicas. En los últimos años ha impartido cursos de posgrado sobre publicidad y nuevas tecnologías.

Marta BERANUY FARGUES

Doctoranda en Psicología. Investigadora del programa de Formación de Personal Universitario del Ministerio de Educación y Ciencia. Postgrado en Psicoterapia Cognitivo-Social. Diploma de Estudios Avanzados. Investigadora

del Grupo de Investigación en Conductas Desadaptativas de la FPCEE Blanquerna (URL). Coautora de múltiples artículos científicos y capítulos de libros sobre adicciones a nuevas tecnologías y drogodependencias. Universitat Ramon Llull. Facultat de Psicologia Ciències de l'Educació i l'Esport Blanquerna. Departament de Psicologia.

Francisco BERNETE GARCÍA

Doctor en Ciencias de la Información (1990); Profesor Titular de Teoría y Sociología de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid. Ha participado en investigaciones patrocinadas por el Injuve desde 1990. Entre ellas, *Los valores actuales de la juventud española* (1991) y *Historia de los cambios de mentalidades de los jóvenes 1960-1990* (editado en 1994). Es coautor (con Santiago Lorente y Diego Becerril) del libro *Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y la comunicación* (2004) y director del estudio *Comunicación y lenguajes juveniles a través de las TIC* (2006). Coordinó el núm. 78 de la REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD, monográfico dedicado a "Culturas y lenguajes juveniles". Actualmente, es el coordinador del Master Oficial UCM en Comunicación Social.

Xavier BRINGUÉ SALA

Licenciado en Ciencias de la Educación y Doctor en Comunicación. Profesor Adjunto del Departamento de Empresa Informativa, imparte su docencia para las asignaturas de Psicología e Investigación de Mercados. También es miembro de la *Society of Consumer Psychology*, subdirector del Instituto de Ciencias para la Familia y subdirector del Departamento de Empresa Informativa, en la Universidad de Navarra. En la actualidad preside el Consejo Académico Asesor del Foro Generaciones Interactivas, entidad fundada por la Universidad de Navarra, Telefónica Internacional y la Organización Interamericana de Universidades, cuyo objetivo es el estudio científico de la relación entre los menores y las diversas pantallas como base para la puesta en marcha de iniciativas académicas, formativas y empresariales de ámbito internacional.

Javier CALLEJO GALLEGO

Doctor en Sociología, con Premio Extraordinario, y licenciado en Sociología y Ciencias de la Información (Periodismo) por la Universidad Complutense de Madrid. Ha realizado numerosas investigaciones empíricas sobre la relación entre sociedad y medios de comunicación, especializándose en los procesos de recepción de éstos, donde destaca la publicación de *La audiencia activa* (Centro de Investigaciones Sociológicas, 1995). En la actualidad, es profesor de Técnicas de Investigación Social en la UNED, convirtiéndose en su gran campo de especialización, articulando tanto métodos cuantitativos como métodos cualitativos de investigación social. Fruto de esta especialización son sus últimos libros en colaboración con los profesores Antonio Viedma (*Proyectos y estrategias de investigación social*, 2005), Ramón Ramos (*Riesgos y catástrofes. Actitudes y conductas en la sociedad española*, 2008) y Carlos Prieto y Ramón Ramos (*Nuevos tiempos del trabajo. Entre la flexibilidad competitiva de las empresas y las relaciones de género*, 2008).

Xavier CARBONELL SÁNCHEZ

Doctor en psicología y Profesor Titular Universidad Ramón Llull. Cuenta con una amplia experiencia como psicólogo clínico experto en adicciones, tanto

desde la psicoterapia, la gestión, como desde la investigación. Es Director del Grupo de investigación en Conductas Desadaptativas (ConDesa) de la FPCEE Blanquerna (URL). Universitat Ramon Llull. Facultat de Psicologia Ciències de l'Educació i l'Esport Blanquerna. Departament de Psicologia. Ha publicado entre otros libros y artículos científicos: Adicciones tecnológicas en la adolescencia (Pirámide), Consumo de drogas y terapia familiar sistémica (dedebé), Manual de psicopatología clínica (Paidós), "¿Adictos a Internet y al móvil?", "Qué uso hacen los jóvenes de Internet y el móvil", "el adolescente ante las TIC", etc.

Jorge DEL RIO PÉREZ

Doctor en CC de la Información. Licenciado en Periodismo (1996) y Publicidad y Relaciones Públicas (1997) por la Universidad de Navarra. Desde que se doctoró (2002), su investigación se ha centrado en la Creatividad Publicitaria y las Generaciones Interactivas. Es profesor de la asignatura de Creatividad Publicitaria y Proyectos Publicitarios en la Universidad de Navarra. Es coordinador del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Navarra y miembro consultor de la revista científica Comunicación y Sociedad.

Luís Tomás DÍEZ DE CASTRO

Doctor Catedrático de la URJC. Académico de la Real Academia de Doctores. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Postdoctoral Scholar en el Departamento de Business Administration en la Universidad de California en Los Ángeles, durante el curso 1973-74; "Risk in Business Decisions". Miembro fundador de AEDEM; Miembro de la Academy of Management; Honorary Fellow de la Graduate School of Business de la Universidad de Wisconsin; Premio de la Fundación Universidad Empresa 1975; Secretario General de la Asociación Europea de Dirección y Economía de la Empresa; Subdirector del Centro Universitario de Estudios Financieros (CUNEF) 1993-1995; Miembro de los Consejos de Redacción de las revistas: Económicas y Empresariales, Gestión Científica; Revista de Economía y Empresa, Actualidad Financiera; Miembro de la Financial Management Association. Entre otras muchas publicaciones: "Control Cibernético y Empresa", Esic Market, "Ingeniería Financiera. La gestión en los mercados financieros internacionales", MacGraw Hill, 1991 (2ª Edición 1994); "Dirección Financiera", Prentice Hall, 2001; "Introducción a la Ingeniería Financiera", Contabilidad, Teoría y Práctica, nº8-9.

Julia GONZÁLEZ CONDE

Doctora en Ciencias de la Información, Periodista de radio y TV y profesora universitaria de Medios Audiovisuales hace más de quince años (Universidad Complutense de Madrid, Universidad Francisco de Vitoria, CEU San Pablo). Directora académica del Master de Radio (Fundación Radio Popular y Cadena COPE, en colaboración con la Universidad CEU San Pablo) e imparte clase de Locución y Técnicas de Voz, en el Master de RNE y UCM. Ha publicado más de treinta artículos científicos y libros relacionados con la radio, la televisión, Internet, los jóvenes, la infancia, nuevos contenidos y formatos audiovisuales, entre otros: *La radio. El sonido de la supervivencia* (2009); *La televisión. Estrategia audiovisual* (2009); *R@dio por Internet. En busca de contenidos* (2005); *Radio en Internet: nuevo reto para jóvenes audiencias* (2003); *Nuevos conceptos para nuevos medios* (2002) o *Comunicación radiofónica. De la radio a la Universidad* (2001). Ha participado en diversas investigaciones como: *Cybermedia, innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodis-*

mo de Internet, Telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento y Forma parte del grupo de investigación sobre la *Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión*.

María Luisa MEDRANO GARCÍA

Doctora por la Universidad Rey Juan Carlos. Profesora titular en el Dpto. de Economía de la Empresa. Actualmente es la Co-Directora del Master en Dirección de Empresas de Moda de la Cámara de Comercio de Madrid y la URJC. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por el Colegio Universitario de Estudios Financieros (CUNEF) UCM. Master Oficial en Marketing. Master Oficial en Ciencias Históricas: Investigación, Documentación y Nuevas Tecnologías. Académica Numeraria de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa. Liason para España de la International Academy of Business Disciplines. Profesora visitante en la Beijing Language and Culture University, 2007, 2008, (Pekín, China); Waseda University, 2009, (Tokio, Japón) y la Academy of Finance under the Government of the Russian Federation, 2009, (Moscú, Rusia). Publicaciones: "Digital Marketing in Spain: Search engines and Social Networks". *Journal of International Business Disciplines*. "Los grupos de interés y la gestión medioambiental", *Cuadernos de Gestión*.

Juan MENOR SENDRA

Doctor en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor Titular del departamento de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Impartiendo: Estructura del Sistema Audiovisual y Gestión de Soportes Digitales en las Licenciaturas de CC. de la Comunicación. Desde 1991 ha ocupado los puestos en RTVE de Director de Investigación de Mercados, Director de Emisiones, Director de Antena, Director de Antena y Programas y Director de Televisión Española hasta diciembre de 2004. Miembro del comité de seguimiento del código de Autoprotección de contenidos en horario de máxima protección infantil. Miembro investigador del *Research Committe on Communication, Knowledge and Culture*, de la International Sociological Association (1981-1990). Colaborador del Centro de Estudios Sociales Aplicados (1989-1990). Socio investigador - Análisis de Imagen y Comunicación (A.N.I.C.O.M.) (1988-1991). Miembro del *Group of European Audience Researchers* (1992-1997). Entre otras publicaciones: "Mito y discurso tecnológico ". "Problemática de medición de los medios", "Audiencias, citizens and politics as a religion: the Spanish television" (con Ricardo Pérez-Amat), en Manuel Alejandro Guerrero y Manuel Chavez *Empowering Citizenship through Journalism, Information and Entertainment in Iberoamerica*, Michigan State University, 2009, etc.

Clara MUELA MOLINA

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesora de Publicidad y RRPP en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Autora de dos libros y de varias publicaciones, ha colaborado en varias investigaciones, ha asistido como ponente en congresos nacionales e internacionales, etc. Está especializada en el análisis de la publicidad de los principales medios de comunicación y, especialmente, de la creatividad de los mensajes comerciales en televisión, radio, gráfica e Internet especialmente. Es, asimismo, componente del grupo internacional de investigación GRER: *Groupe de Recherches et d'Études sur la radio*.

Pedro REINARES LARA

Doctor en CC. Económicas y Empresariales (UCM), Licenciado en Publicidad por la Universidad del País Vasco y Master en Marketing Estratégico por la Autónoma de Madrid. Profesor del área de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universidad Rey Juan Carlos y del Claustro de prof. Asociados de la IE Business School. Ha sido director del Departamento de Marketing de la Universidad Europea y de la agencia Index Comunicación. Viaja con regularidad a los países de América Latina como Consultor y ponente de organismos públicos. Es profesor colaborador de los principales master y posgrado del área de marketing en España. Ha desarrollado importantes proyectos de investigación, tanto competitivos como con empresas y administración pública. Autor de libros como "Comunicación en Internet", Paraninfo Thomson Learning, Madrid. 2001. "Marketing Relacional", Prentice-Hall Financial Times, Madrid 2002. "Gestión de la comunicación comercial", Mc Graw-Hill. 1999. "Fundamentos básicos de la gestión publicitaria en Televisión", ESIC, Madrid, 2003 entre otros, y de más de 80 artículos sobre marketing y comunicación (30 en revistas internacionales).

Ángeles RUBIO GIL

Doctora en Sociología y Ciencias Políticas por la Universidad Complutense. Profesora en la Facultad en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y en distintos postgrados internacionales. Autora de quince libros de ensayo y manuales universitarios y cuarenta publicaciones científicas, entre otros: *Adolescentes y Jóvenes en la Red*, *Finanzas y Sociedad*, *El azar como destino: de las sociedad del juego al miedo*, *Formación de formadores después de Bolonia*, etc. Ha contado con múltiples becas y premios de investigación sobre comportamiento del consumo y cambio social: Sociología del Juego en España (Celej), *Mediación en el conflicto intercultural en el aula (SM)*, Revistas juveniles (CIDE). etc. Colaboradora habitual de distintos medios escritos y audiovisuales (La Vanguardia, Psychologies, etc.), mantiene la comunicación con sus lectores a través de conferencias y de su página Web: www.angelesrubio.net

Charo SÁDABA CHALEZQUER

Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra. Desde el año 2006 dirige el Departamento de Empresa Informativa de la Facultad de Comunicación donde imparte las asignaturas Marketing Directo e Interactivo y Nuevos Medios Publicitarios. Su investigación está relacionada con la convergencia tecnológica, los usos comerciales y publicitarios de las nuevas tecnologías, y la relación entre jóvenes y TIC. Es Directora de Investigación del Foro Generaciones Interactivas, www.generacionesinteractivas.org. Ha participado en numerosas iniciativas de investigación, nacionales e internacionales, y ha publicado numerosos artículos y capítulos en libros sobre estos temas.

Elvira SAN MILLÁN FERNÁNDEZ

Documentalista de Extensión Universitaria y Política Social (URJC) y Master en Información Internacional de la Universidad Complutense de Madrid. Doctoranda en Humanidades Contemporáneas. Coordinación del Master Seminario "Web 2.0 ¿sabes lo que es?" Facultad de CC. Jurídicas y Sociales. Miembro de la asociación comunicacionciudadana.org, asesora en Web 2.0 de la URJC y responsable del programa de Universidad Digital Saludable,

vinculada con la RSC, y community manager del Instituto de Humanidades URJC.

Jordi SÁNCHEZ-NAVARRO

Doctor en Comunicación y Profesor de los Estudios de Ciencias de la Información y la Comunicación de la Universitat Oberta de Catalunya. Ha escrito sobre cine y televisión, y en la actualidad investiga sobre las formas que adopta la innovación en el entretenimiento audiovisual y la manera en que estas interaccionan con las nuevas prácticas de consumo cultural en el paisaje mediático contemporáneo. Es autor de los libros *Narrativa audiovisual* (2006), *Freaks en acción. Alex de la Iglesia o el cine como fuga* (2005) y *Tim Burton: Cuentos en sombras* (2000), y ha coeditado, entre otros, los libros *Aprovecha el tiempo y juega. Algunas claves para entender los videojuegos* (2009), *Puntos de vista. Una mirada poliédrica a la historia del cine* (2009), *HoritzóTV. Perspectivas d'una altra televisió possible* (2007), *Realidad Virtual. Visiones sobre el ciberespacio* (2004) e *Imágenes para la sospecha. Falsos documentales y otras piruetas de la no-ficción* (2001).

Carlos TABERNERO HOLGADO

Doctor en Biología Molecular. Investigador del Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya) y profesor de Historia de la Ciencia en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Ha escrito sobre Internet, cine e historia de la ciencia, y actualmente investiga sobre la transformación de prácticas comunicativas asociada a la creciente difusión de las tecnologías digitales y sobre la percepción pública de la ciencia y de la tecnología en relación con los medios de comunicación, sobre todo a través del cine. Es coautor del libro *Internet y televisión. La guerra de las pantallas* (2008), y del capítulo *Media practices, connected lives* en el libro *World Wide Internet. Changing societies, economies and cultures* (2009). Entre sus publicaciones recientes se encuentra el capítulo *El proceso salud-enfermedad como instrumento del discurso hegemónico en el cine español de la posguerra (1939-1950)* en el libro *La experiencia de enfermar en perspectiva histórica* (2008).