

---

# Indice

Comité Científico del Foro Universitario de Investigación en Comunicación	9
Presentación de los editores	11

## PONENCIAS

1. COMUNICACIÓN CIUDADANA	15
• Sociedad de la información y participación ciudadana: la experiencia de la UE <i>Francisco Sierra Caballero</i>	17
• Adiós a aristóteles: la comunicación "horizontal" <i>Luis Ramiro Beltrán S.</i>	37
• Comunicación comunitaria. Trayectorias y perspectivas en el Estado español <i>Carme Mayugo i Majó</i>	67
• TIC y participación social <i>Víctor Manuel Marí Sáez</i>	81
• Radio universitaria en España: situación de una forma de comunicación alternativa <i>Juan Ignacio Gallego Pérez</i>	89

2. MEDIOS PARTICIPATIVOS	97
• Comunicación y desarrollo: Un pacto mundial por la Sociedad de la Información <i>David Rivas</i>	99
• Periodismo solidario y cambio social <i>Pura Gómez Román</i>	111
• Blogs, ¿Periodismo ciudadano? Y la crisis de los medios impresos <i>Rafael Carrasco Polaina</i>	119
• Las comunidades virtuales: cómo crear espacios de interacción social definidos por objetivos <i>Inmaculada Postigo Gómez</i>	127
3. NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA	139
• Cambio tecnológico y desarrollo digital en nueve comunidades autónomas españolas <i>Marcial Murciano</i>	141
• Alternativas del periodismo: la reprofesionalización <i>Carmen Rodríguez Wangüemert</i>	157
• Participación, representación de las audiencias y fomento de la creatividad en la era digital: la responsabilidad de los medios públicos <i>Juan Francisco Gutiérrez Lozano</i>	165
• La construcción de identidad por parte del periodista en su blog personal <i>Tíscar Lara</i>	183
• Videojuego "bordergames-lavapiés": menores migrantes marroquíes jugando en/al barrio de lavapiés <i>Florencio Cabello Fernández-Delgado</i>	187
• ¿Cómo hacer televisión sin televisión? <i>Felipe G.Gil y Colectivo ZEMOS98</i>	203

---

4. COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y CULTURA	207
• Nuevas tecnologías y cultura: ¿acceso sin límites? <i>Alejandro Navas</i>	209
• ¿Para qué sirve la contrapublicidad? <i>Isidro Jiménez Gómez</i>	225
• La publicidad de la nueva era y el movimiento contramarquista: acción y reacción <i>Fernando Olivares</i>	231
5. INVESTIGACIÓN Y FORMACIÓN PARA LOS NUEVOS ESCENARIOS COMUNICATIVOS	251
• Postelevisión: de la crisis de los “grandes relatos” a la emergencia de nuevos imaginarios sociales <i>Gérard Imbert</i>	253
• Educación en Comunicación: “nuevos” retos de formación para la ciudadanía <i>Fernando Tucho</i>	267
• Formación en comunicación: nuevos retos <i>Juan Manuel Cotelo</i>	287
• Profesionales para un nuevo entorno cultural: una propuesta desde la universidad <i>Teresa La Porte</i>	295
CD CON CONTENIDOS DE COMUNICACIONES	