Índice

Prólogo: Evolución de la transformación en comunicación,
porJesús Miguel Flores Vivar *9*

Introducción, *por Carmen Marta-Lazo* *15*
Referencias bibliográficas *20*

1. Periodismo digital en Internet: un mapa del territorio,
por Maite Gobantes Bilbao y Santiago Martín Mínguez *21*
1. Introducción *21*
2. Definición y variables de análisis *23*
2.1. Las variables del análisis *23*
2.1.1. Hipertextualidad *24*
2.1.2. Multimedialidad *25*
2.1.3. Interactividad *26*
2.1.4. Actualización *27*
2.1.5. Personalización *27*
3. Los géneros periodísticos en Internet *29*
4. Panorama de medios de información digitales *31*
4.1. Medios que comparten la marca en papel e Internet *32*
4.1.1. Heraldo.es *32*
4.1.2. elperiodicodearagon.com *35*
4.1.3. diariodelaltoaragon.es *37*
4.1.4. diariodeteruel.es *40*
4.1.5. 20minutos.es/aragon *41*
4.1.6. abc.es/aragon *41*
4.1.7. lacomarca.net *43*
4.1.8. marca.com *44*
4.1.9. as.com *44*
4.1.10. europapress.es/aragon *44*
4.2. Medios digitales nativos *46*

4.2.1. aragondigital.es *46*
4.2.2. redaragon.com *47*
4.2.3. radiohuesca.com *48*
4.2.4. aragonradio2.com *48*
4.2.5. gozazaragoza.com *48*
4.2.6. aragonsport.com *51*
4.2.7. aragonmusical.com *51*
4.2.8. arredol.com *51*
4.2.9. aragonhoy.net *52*
4.2.10. diarioaragones.es *52*
4.2.11. cronicadearagon.es *52*
4.2.12. diariodelcampo.com *52*
4.2.13. revistaesposible.org *52*
4.2.14. pirineodigital.com *53*
4.2.15. rondasomontano.com *53*
4.2.16. ejeadigital.com *53*
4.2.17. aragonliberal.es *53*
Referencias bibliográficas *54*

2. Ámbitos de producción de los contenidos radiofónicos digitales en Aragón,
por Carmen Marta-Lazo y Ana Segura Anaya *55*
1. Introducción *55*
2. Radio Digital y Radio en Internet *57*
3. Trayectoria y modelos de la Radio en Internet en Aragón *68*
3.1. La radio autonómica de Aragón: Aragón Radio y aragonradio2.com *77*
3.2. Radio.unizar.es *83*
3.3. Dragón Digital. Universidad San Jorge *87*
3.4. TEA FM *88*
3.5. Otras iniciativas en Aragón: Radio formativa, terapeútica y de integración *92*
4. Conclusiones *98*
Referencias bibliográficas *99*

3. Situación y perspectiva de la televisión digital en Aragón,
por Ana Mancho Laiglesia y Juan Pablo Artero Muñoz *102*
1. Introducción *102*
2. Operadores *104*
3. Productoras *123*

 © Editorial Comunicación Social

4. Audiencias *128*
5. Conclusión *136*
Referencias bibliográficas *139*

4. Las agencias de comunicación aragonesas: su presencia en Internet,
por María Gómez y Patiño y Elena Bandrés Goldaraz *141*
1. Introducción *141*
1.1. Algunas notas metodológicas *142*
2. Nacimiento, evolución y definición de las Agencias de Comunicación *143*
2.1. La comunicación en las organizaciones *143*
2.2. Las agencias de comunicación en Aragón *145*
2.2.1. Adico *145*
2.2.1.1. Página web: igastroaragon.blogspot.com.es *145*
2.2.2. Alea Comunicación *146*
2.2.3. AR Imagen de Empresa *146*
2.2.4. Aragón Digital *147*
2.2.5. Arturo Gastón Comunicación *149*
2.2.6. Barbacil Comunicación *151*
2.2.7. BDS Sport Comunicación en el deporte *153*
2.2.8. BRIZNA, Comunicación e Imagen *154*
2.2.9. BYA comunicación y empresa *155*
2.2.10. CIERZO Gestión *157*
2.2.11. Comunicaciones MIL *158*
2.2.12. Contrabajo *159*
2.2.13. DI&CO *160*
2.2.14. EDT Eventos *161*
2.2.15. Essentia Creativa *162*
2.2.16. FOR Comunicación *164*
2.2.17. Gabesa *165*
2.2.18. Grupo 4 Comunicación *166*
2.2.19. Grupo Infomarcal *167*
2.2.20. Haiku Comunicación *169*
2.2.21. Iaragon Comunicación Multimedia *170*
2.2.22. Ideas a Mares *170*
2.2.23. Lgl Comunicación *171*
2.2.24. Maaszoom *173*
2.2.25. Melania Bentué. Estrategias de Comunicación *174*
2.2.26. Or Comunicación *176*

2.2.27. Pirineum. Gabinete de Comunicación Global 177
2.2.28. Shackleton Arte y Comunicacion 179
2.2.29. Take it easy 180
2.2.30. 960 Pixels Comunicación 181
3. Resultados 183
4. Algunas conclusiones 185
Referencias bibliográficas 186

5. Escenarios de aprendizaje digital en Aragón desde el marco de la salud, educación y comunicación,
por José Antonio Gabelas Barroso y Sagrario Bernad Conde 188
Introducción 188
1. Grado de competencias en comunicación audiovisual de la ciudadanía aragonesa 188
1.1. Contexto y marco descriptivo de la investigación 189
1.1.1. La representación del lenguaje 190
1.1.2. La tecnología 190
1.1.3. Los procesos de producción y distribución 191
1.1.4. Procesos de recepción e interacción 191
1.1.5. Ideología y valores 192
1.1.6. La estética 192
1.2. Resultados de la investigación 194
1.3. Conclusiones del estudio 196
2. El marco institucional educativo aragonés y las TIC 197
3. La promoción de la salud: parámetros para la educación de la salud 199
4. La educación para la comunicación 201
5. El programa «Cine y Salud»: modelo de intervención convergente en el ámbito educativo, comunicativo y sanitario 205
6. Escenarios de aprendizaje digital en la práctica educativa en Aragón 208
6.1. En relación a los escenarios de aprendizaje 209
6.2. Presencia de las TIC en los programas de «Cine y Salud» . 214
7. A modo de conclusiones 221
Referencias bibliográficas 223

 © Editorial Comunicación Social