

Contenido

4	Presentación	4	<i>Mutaciones en la ecología comunicativa</i>
6	Tribunas de la Comunicación	6	Juan Miguel Aguado. <i>La publicidad como problema. El impacto de los bloqueadores de anuncios en la industria del conflicto digital</i>
		10	Antonio San José. <i>Una pantalla, dos pantallas, tres pantallas. Los contenidos al servicio de la tecnología</i>
12	Autor invitado	13	Carlos A. Scolari. <i>Alfabetismo transmedia. Estrategias de aprendizaje informal y competencias mediáticas en la nueva ecología de la comunicación</i>
		24	Jean Paul Simon. <i>La transformación digital. Nuevos agentes en la industria de los medios y contenidos</i>
41	Perspectivas	42	Fernando E. Almaraz Méndez y Alexander Maz Machado. <i>El liderazgo en la mutación digital. La figura del Chief Digital Officer (CDO) en las instituciones de educación superior</i>
		50	Jennifer Rodríguez-López e Ignacio Aguaded. <i>Estilo y estética en el vídeo musical. Creando una tipología clip</i>
59	Dossier: Entornos creativos	60	Hipólito Vivar Zurita. <i>Nuevo ecosistema empresarial. Laboratorios ciudadanos de proyectos culturales</i>
		64	Ramón Zallo. <i>Capitalismo cognitivo: De los parques culturales a las factorías creativas y tecnoculturales</i>
		74	Xosé López García, Ana Isabel Rodríguez Vázquez y Lucía Álvarez Gromaz. <i>El fact checking como reclamo y como servicio en los cibermedios. Análisis de las experiencias de The Washington Post y The Guardian</i>
		84	Natalia Abuín Vences. <i>Los polos culturales en España. Estudio de casos</i>
	Puntos de vista	94	Rosina Gómez-Baeza. <i>Factoría Cultural. Los nuevos espacios de creación</i>
		98	Germán Rey. <i>En el ático se puede crear. Tecnologías y creación en sociedades periféricas</i>
101	Análisis	102	Marta Saavedra Llamas y Leticia Rodríguez Fernández. <i>Audiencia social. Una oportunidad para el medio televisivo y para la estrategia publicitaria</i>
		111	Alberto Pacheco. <i>Acceso y conocimiento. Mutaciones a partir de la información digital</i>
		117	Nuria Puente Domínguez. <i>E-commerce merchandising. Optimizando la conversión del punto de venta on line</i>
125	Experiencias	126	Marián Alonso González y María José García Orta. <i>Un escaparate on line para las marcas. Los blogs de moda</i>
137	Actualidad		Libros Escaparate Revistas Investigación Regulación Agenda Colaboradores