

Investigación 2.0. Un modelo de congreso en la sociedad post-digital¹

Inmaculada BERLANGA FERNÁNDEZ
Universidad Internacional de la Rioja
inmaculada.berlanga@unir.net

Adoración MERINO ARRIBAS
Universidad Internacional de la Rioja
dory.merino@unir.net

Resumen:

El artículo presenta una experiencia de éxito en la línea de los nuevos formatos aplicados a la investigación universitaria: un modelo de congreso que aprovecha las posibilidades que ofertan las tecnologías emergentes en la llamada sociedad post-digital. La propuesta consigue convertir el evento en un medio de formación para los jóvenes investigadores incidiendo en el papel esencial del moderador de mesa. De esta forma, el estudio de los investigadores del grupo de investigación COYSODI (Comunicación y Sociedad Digital) aborda las múltiples facetas del modelo educativo 100% on line

Palabras clave: comunicación; congresos académicos; on line; alfabetización mediática; post-digital.

Research 2.0 A Congress Model in the Post-Digital Society

Abstract:

The article presents a successful experience of new formats applied to university research: a model of a congress which exploits the possibilities of emerging technologies in the so called post-digital society. The proposal converts the event into a medium of training for the young researchers with emphasis on the essential role of the chairperson. In this way, the work of the COYSODI research group (Communication and the Digital Society) addresses the multiple aspects of the 100% online education model.

Key Words: communication; academic congresses; online; media literacy; post-digital.

Referencia normalizada:

Berlanga Fernández, I. y Merino Arribas, A. (2014): Investigación 2.0. Un modelo de congreso en la sociedad post-digital. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Enero. Págs. 15-26

Sumario: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. La comunicación post-digital. 4. Investigación y web social: una experiencia de éxito. 4.1. La universidad en red, el congreso en red. 4.2. Formación de investigadores. 4.3. Papel esencial del moderador. 4.4. Ponentes invitados. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En esta investigación se constata el caso de éxito de un Congreso on line desarrollado mediante una tecnología presencial-virtual, es decir, cien por cien on line pero con presencia virtual a través de una plataforma. Como logro más sobresaliente se consiguió el máximo de participación de los comunicantes del encuentro, además de la presencia de una audiencia interesada y participativa en todas y cada una de las mesas temáticas. La experiencia que se ofrece a continuación tiene como puntos clave el diseño de la preparación del congreso: no solo se intentó cuidar los detalles que un estudio previo intuyó que serían los factores del éxito posterior; también, todas las fases del congreso se concibieron como un medio de formación para los investigadores que participaron. Esta confluencia de la dimensión más humana y de la dimensión social de las tecnologías es lo que conocemos como comunicación post-digital y se presenta como la causa primordial de la elevada participación y satisfacción de los comunicadores.

Es obvio que difundir y publicar las investigaciones y los avances científicos es consustancial a la ciencia. De esta forma otros investigadores pueden contrastar, reproducir y utilizar esos resultados y, a partir de ellos, avanzar más. Y un cauce asequible para esta difusión son los trabajos que como ponencias y comunicaciones se presentan en congresos, conferencias o simposios. La función esencial de estos eventos es adelantar resultados científicos con el objetivo de discutirlos y someterlos a una audiencia experta. Como praxis común, las ponencias suelen ser invitadas por los organizadores del evento y tienen una extensión mayor (se presentan habitualmente durante 45-60 minutos); a diferencia, las comunicaciones son propuestas por los mismos participantes y si son aceptadas por el comité científico del evento se acostumbra a presentar durante 30-15 minutos (Baiget & Torres-Salinas, 2013). Pero la investigación universitaria vive hoy un continuo proceso de evolución. La “revolución digital” ha dejado de ser un paradigma para convertirse en una realidad que afecta a todas las facetas de la sociedad actual. Uno de los aspectos donde esta influencia resulta más palpable es la comunicación. La aparición de nuevos canales, contenidos, formatos y modelos está alterando el panorama de los medios de una manera difícilmente comparable con otras revoluciones; pero, a la vez, también se altera el modo de hablar y de investigar sobre ellos.

Concretamente, la revisión y necesidad de nuevas propuestas y dimensiones para los congresos tradicionales es un tema recurrente en los últimos años. Incluso se ha afirmado que los congresos académicos y científicos deberían afrontar en los próximos años una reconversión de los formatos y contenidos para poder sobrevivir (López-Borrull, 2012). Estas propuestas tienen pleno sentido. En primer lugar, la emergencia de nuevas tecnologías mejora eficazmente la forma en la que los investigadores pueden dar a conocer los resultados de sus investigaciones. Las tecnologías emergentes -recuerda Santos (2013)- están consiguiendo mayor visibilidad e impacto mediático para los participantes de un evento científico on line y de esta forma propician un verdadero acercamiento del conocimiento científico a la sociedad. Pero esta

reconversión también se impone debido a las ventajas innegables del medio virtual, y entre ellas, la facilidad de la asistencia al reducir costes y tiempo, un aspecto muy importante a tener en cuenta tanto para los organizadores como para los asistentes.

2. Metodología

El objetivo de esta investigación ha sido plantear un modelo de congreso que aproveche las posibilidades que ofertan las tecnologías emergentes a fin de conseguir: a) la máxima participación e implicación de los comunicadores y ponentes, b) que el evento supusiera un medio de formación para jóvenes investigadores que se inscribieran.

Para lograr estos objetivos en primer lugar se realizó una búsqueda documental de propuestas y dimensiones de los congresos tradicionales sobre comunicación en los últimos 5 años, y propuestas renovadoras sobre los formatos y contenidos de los mismos. Se tomó como punto de partida de estos eventos las universidades y organismos españoles. Seguidamente se realizó un estudio de campo de las temáticas y los formatos de estos congresos y se delimitaron unas acciones precisas para el “antes” y el “durante” con el fin de asegurarse unos resultados óptimos. En la elaboración final de la propuesta primó el seguimiento de los comunicantes incidiendo en todos los pasos previos para que sus propuestas fueran de calidad, y el papel esencial del moderador de las mesas temáticas del congreso.

3. La comunicación post-digital

El término postdigital ha entrado recientemente en uso, en primer lugar en el discurso aplicado a la práctica del arte digital y por extensión, a otras prácticas comunicativas como el periodismo o el marketing publicitario. Este vocablo señala de manera significativa el cambio en la manera de relacionarnos con las tecnologías digitales.

Kim Cascone ya utilizó el término en su artículo de 2002, *The Aesthetics of Failure: “Post-Digital” Tendencies in Contemporary Computer Music*, y significativamente lo inicia con una cita de Nicholas Negroponte: “La revolución digital ha terminado”. También Mel Alexenberg (2011) define “arte postdigital”, como obras de arte que se ocupan de la humanización de las tecnologías digitales a través de la interacción entre lo digital y otros sistemas como las obras de arte creadas con medios alternativos a través de la participación, la interacción y la colaboración en el que se redefine el papel del artista. Felipe Londoño (2012) recoge en un capítulo titulado “Prácticas colaborativas postdigitales”, publicado por la Fundación telefónica, las opiniones de diferentes expertos en sociedad de la información y arte donde se pone en relación este término con la dimensión más humana y social de las tecnologías. En estos y

otros ejemplos se percibe que el concepto postdigital no pretende describir una vida después de la digital sino que, más bien, trata de detallar la oportunidad de hoy en día para explorar las consecuencias de lo digital y la era de la informática. Se apunta, en resumen, a una actitud que está más preocupada por la dimensión humana que por la digital propiamente dicha.

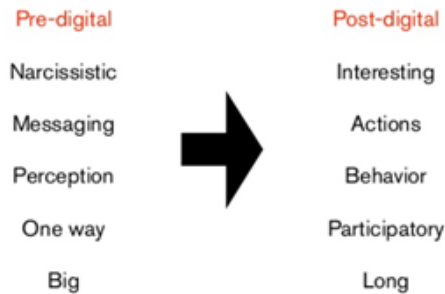


Gráfico 1. Gareth Kay, Director de Estrategia de Marca de Goodby, Silverstein & Partners, y Edward Boches, Director General de Innovación en Mullen, hablan sobre el cambio de estrategias en la era post digital. Fuente: <http://www.slideshare.net/bdwcg/gareth-kay>

4. Investigación y Web social: una experiencia de éxito

4.1. La Universidad en Red, el Congreso en Red

La presente comunicación aporta una experiencia de éxito realizada en la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR) en la línea de los nuevos formatos aplicados a la investigación universitaria. Esta universidad, que se define como la universidad en Internet, ofrece estudios oficiales de grado, postgrado, máster y doctorado online adaptados al Plan Bolonia y reconocidos en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) mediante una metodología de e-learning innovadora. Su Campus Virtual incorpora clases presenciales-virtuales mediante la TV Digital y los recursos de la web 2.0. La UNIR nació con una visión global de la educación, inserta en el mundo de la empresa, con vocación de liderazgo tecnológico y social. Se trata de un modelo pedagógico en el que prima la educación personalizada, la participación de los alumnos y el trabajo en grupo. En el marco de esta filosofía, el Grupo de Investigación del plan propio de la UNIR, “Comunicación y sociedad digital” ideó una propuesta de Congreso on line con unos objetivos precisos: primeramente se propuso que el evento fuera un punto de encuentro de los principales académicos e investigadores interesados por abordar las múltiples facetas del modelo educativo 100% on line. Pero especialmente pretendía hacer de Internet no solo un objeto de estudio, sino también convertir la red en su espacio y entorno, con un diseño que asegurara la máxima participación de los comunicantes.



Gráfico 2. Logotipo del I congreso Internacional on line Comunicación y Sociedad Digital

Paralelamente se tomó el evento como una excelente ocasión de formación para los jóvenes investigadores y, con este objetivo de fondo, se desarrollaron una normativa y unas pautas exigentes y muy concretas que los candidatos debían seguir inexorablemente. Si bien pueden parecer en una primera lectura una obviedad, la experiencia demuestra que estas recomendaciones no siempre se siguen, en detrimento de la calidad de los trabajos presentados. Contrariamente, el cuidado de los aspectos que a continuación se detallan, culminan en unos resultados de gran calidad.

Para la elaboración de la propuesta se realizó un estudio de campo de las temáticas y los formatos de estos congresos y se delimitaron unas acciones precisas para el “antes” y el “durante” con el fin de asegurarse unos resultados óptimos. El congreso se organizó alrededor de los siguientes ejes temáticos: Redes sociales y comunicación; Nuevas estrategias de persuasión en la red: Marketing y publicidad online; Nuevos formatos de entretenimiento; La comunicación interactiva: de los videojuegos al newsgaming o el advergaming; Comunicación móvil; Web 2.0 y web 3.0, y la Supervivencia de los medios tradicionales en el entorno digital. De entrada, la dinámica de un congreso íntegramente on line se presentaba ágil y atractiva. Sin las barreras de los encuentros presenciales, tanto ponentes como participantes de todo el planeta se podían dar cita en las salas virtuales para debatir la temática específica. En respuesta el número de propuestas recibidas superó las expectativas iniciales. Como iniciativa para facilitar la participación durante la celebración del evento se determinó la inclusión anticipada de las ponencias en la web del congreso. Así, todos podrían conocer de antemano los resultados de las investigaciones a debate sin tener que volver a exponer el contenido de las mismas, como se realiza en la programación tradicional de los congresos presenciales.

4.2. Formación de investigadores

Los participantes debían tener todas estas condiciones en cuenta a la hora de preparar el texto de su investigación. Ya contaban con que no se iba a realizar una exposición verbal del tema, y con que tampoco se tenía que aportar ningún apoyo audiovisual, como se lleva a cabo en los congresos presenciales. Con estas circunstancias se instó a los investigadores a presentar sus ponencias en un formato claro, comprensible y breve, siempre dentro de las condiciones marcadas por el encuentro, donde se contemplaba la publicación del trabajo. Y, como se ha apuntado anteriormente, desde la organización del congreso se hizo una labor formativa a través del *call for papers* para que se siguieran las pautas recomendadas para la elaboración de un buen artículo académico. Consideramos que si estos requisitos se detallaban y describían más de lo que es acostumbrado y, a la vez, se aplicaba la selección con rigor y sin miedo a rechazar los trabajos que no dieran la talla, la consecuencia inmediata sería una mayor calidad en los resultados. Los investigadores desean difundir sus avances científicos para que sirvan de escalón donde los siguientes se puedan apoyar a fin de llegar a más en la tarea investigadora; también saben que para ello deben acomodarse con rigor a unas pautas que aseguren la calidad en la forma y en el fondo.

Con estas premisas, se precisaban las normas que suelen ser la plantilla general de estos eventos: a) que la extensión del texto estuviera comprendida entre las 5.000 y las 10.000 palabras y que el formato de la comunicación fuera el que se emplea en los artículos que se envían a revistas científicas, con un título sugerente y descriptivo, y una introducción corta y clara. Estos dos últimos aspectos pretenden “enganchar” al público receptor, y espera que la totalidad de la investigación sea de su interés. Y es que, como apuntan Jacques y Sebire, a la hora de escribir el título (que puede ser al principio, aunque por lo general se decide al final, cuando ya se ha terminado la comunicación) se tiene en cuenta el número de palabras. “Entre dos opciones, más corto o más largo, se opta por el segundo porque, si cuenta con más palabras, hay más posibilidades de que sean recuperados en las búsquedas” (Jacques & Sebire, 2010); b) que las comunicaciones del Congreso que fueran seleccionadas determinaran bien los metadatos, como aspecto clave a la hora de identificar y catalogar el artículo en las revistas de impacto; c) que el resumen de la comunicación se estructurara adecuadamente sabiendo que dicho resumen suele ser más leído que la ponencia completa. Por este motivo debía incluir el contenido completo de la comunicación, huyendo de ser una copia de los primeros párrafos de la comunicación, pero incluyendo las principales conclusiones de la investigación.

Respecto a la estructura de la comunicación, se acomodaba al esquema generalizado IMRYD, esquema que se les pidió detallado de la siguiente forma: Introducción, Objetivos, Hipótesis, Métodos de investigación, Resultados, Discusión, Conclusiones y Bibliografía. Finalmente se animó a los autores a esmerarse en la elaboración de las conclusiones como la parte más creativa de la investigación: normalmente la audiencia se decanta por leer las conclusiones lo primero, para ver si la investigación responde a sus expectativas. Este hecho implica dedicar tiempo en la elaboración de

las conclusiones para conseguir que este apartado tenga autonomía propia, o más bien que ayude al lector a comprender la novedad de la investigación y así despertar su interés por estudiar el resto de los epígrafes. A su vez, obviamente deben estar bien redactadas, tanto para el público general como para el especializado. En este sentido se les recordaban los criterios formales que aseguran una buena redacción: que las frases estén completas, con sujeto, verbo y complementos, y que se eviten las frases yuxtapuestas. Otra recomendación fue que si se presentaban trabajos de uno, dos o varios autores, la redacción guardara una unidad. Los autores debían tener en cuenta que aunque cada investigador realizara una parte, todos revisarían el texto final para evitar repeticiones o falta de coherencia en dicho texto. Esta última revisión también serviría para detectar posibles erratas o frases incomprensibles, además de palabras repetidas en un corto espacio. Se elaboró una plantilla de evaluación con criterios exigentes, que fue facilitada a los miembros del Comité Científico. Tras este proceso de revisión ciega, alrededor de un 25% de las propuestas fue rechazado. Los autores de los trabajos finalmente seleccionados fueron adjudicados a una mesa acorde con el tema de su investigación. La distribución se realizó con la suficiente antelación para que tomaran contacto virtual entre moderador y ponentes. En la organización logística del evento desarrolló un gran papel una becaria, contratada como tal, que se encargó de toda la burocracia que exige un Congreso.

4.3. Papel esencial del moderador

El total de mesas fue de 12 que se agruparon por temáticas similares. Cada una de ellas contaba con un moderador y unos 5/6 participantes. Las concretas características de este evento otorgaban un papel fundamental y clave para el éxito del mismo al moderador de cada una de estas mesas. Por este motivo se dedicaron energías y tiempo a la formación de esta figura en sus funciones detallándole sus tareas antes de la fecha del congreso y durante la celebración del congreso, tareas que siguieron el siguiente esquema:

Tareas adjudicadas al moderador.

- Antes de la fecha del congreso:
 - Envía con la suficiente antelación las comunicaciones adscritas a su mesa a todos los participantes de la misma
 - En los días previos al evento los rescribe con todos los detalles necesarios: recuerda el enlace para que se conecten, anima al diálogo
 - Se prepara muy bien la intervención como coordinador de mesa
 - Se preocupa de dominar los detalles técnicos de la plataforma adobe-connect: sonido, imagen, compartición de archivos con el resto de participantes, moderación del micrófono y de la cámara, atención del chat
- Durante la moderación de su mesa (1 hora aproximadamente)
 - Presenta a todos los comunicantes

- Durante 10-15 minutos hace de relator y resalta los puntos primordiales de cada comunicación
- Plantea preguntas de interés animando el diálogo y el debate
- Va dando voz y cámara a los participantes
- Al final, recapitula las principales conclusiones



Gráfico 3. Captura de pantalla de la celebración una de las mesas del congreso

Twitter resultó ser un aliado de primer orden para la difusión del Congreso. Pero al mismo tiempo, jugó un papel fundamental durante el desarrollo del encuentro. La red social servía para interactuar entre los ponentes y los participantes, con intercambio de opiniones, completando el círculo con los comentarios en el chat. Tras finalizar el Congreso on line, Twitter siguió aportando detalles de las conclusiones del evento, y también continuó incrementando followers entre las cuentas de ponentes y los asistentes al encuentro. Fue en Twitter donde se recogieron más felicitaciones a los organizadores del evento on line.

4.4. Ponentes invitados

El otro gran pilar del I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital fueron los ponentes invitados. Además de las mesas temáticas, en el Congreso participaron cinco expertos de categoría internacional en las diferentes categorías temáticas propuestas. El ponente invitado para la apertura protagonizó el único acto institucional presencial de este evento: la inauguración, que se llevó a cabo en

Logroño, sede del Rectorado de la Universidad Internacional de La Rioja. Hasta allí se desplazaron algunos miembros del Comité organizador con el profesor uruguayo Gonzalo Frasca, diseñador PhD en videojuegos en la IT de Copenhague y catedrático en la Universidad ORT de Uruguay. Junto con Frasca completaron el cartel del encuentro Petter B. Brandtzaeg (SINTEF-Noruega), investigador científico senior en SINTEF-TIC en Oslo, Noruega especializado en el uso de los medios sociales en Internet; Joao Canavilhas (Beira-Interior, Portugal) experto en Comunicación y las Nuevas Tecnologías, particularmente en la influencia de Internet y de los dispositivos móviles en el periodismo; José Manuel Noguera (Universidad Católica de Murcia), especialista en los nuevos medios, las influencias de los medios sociales de la Web sobre el periodismo y las formas emergentes de política en la Red, y Carlos A. Scolari (Pompeu Fabra) autor, entre otras obras de Narrativas transmedia.

Los temas expuestos por los expertos despertaron alto interés en el público y todas las ponencias contaron con un elevado número de participantes, quienes a través del programa de conexión on line de UNIR pudieron hacer llegar a los ponentes las preguntas y comentarios que consideraron oportuno. Las ponencias de los expertos se realizaron bien virtualmente bien grabadas en el plató de la Universidad Internacional de La Rioja en la sede de Madrid, y se difundieron por el mismo sistema on line del programa de UNIR. Tanto las ponencias de los expertos como las mesas temáticas quedaron grabadas para el agrado de la audiencia que no pudo asistir a la hora de la convocatoria presencial-virtual con la oportunidad de poderlas visualizar de forma íntegra en otro momento.

5. Conclusiones

La primera conclusión que se puede destacar es que en este congreso virtual se constató una alta participación: el cien por cien de asistencia de los comunicantes en la mayoría de las mesas, y la presencia de otras personas ajenas al congreso que podían conectarse a los actos de su interés aprovechando las herramientas que ofrece la plataforma on line de UNIR. Esta metodología novedosa ha tenido como resultado la creación de un espacio de intercambio de experiencias, bibliografía y recursos, con la misma intensidad o más que si se tratara de un encuentro que se desarrolla de modo tradicional.

Otra de las ventajas de la convocatoria virtual es la ruptura de las barreras de espacio que permite la participación desde cualquier punto geográfico con accesibilidad a internet. El factor tiempo es un valor valioso y se agradece que se eviten los desplazamientos innecesarios. En el ámbito investigador universitario se puede dar la circunstancia de tener que renunciar a algunos encuentros de interés, precisamente por no ser compatibles con la tarea docente, si es que hay que desplazarse. Este aspecto fue posiblemente el que facilitó la asistencia de la totalidad de las personas que componían las mesas. En ningún caso hubo que excusar la asistencia.

A la vez, se consigue un ahorro de tiempo. A menudo los autores de comunicaciones tienen la percepción de que éstas requieren un esfuerzo desmesurado de tiempo si se valora su repercusión curricular, puesto que cuentan muy poco en comparación con los artículos en revistas, y su elaboración demanda casi las mismas energías.

La creación de redes y colaboraciones también fue un logro destacado. Entre los ponentes de las mesas temáticas se logró el intercambio de direcciones, la inclusión y la aceptación en sus redes sociales y el compromiso de seguir caminando en las líneas de investigación de carácter común.

El debate entablado en las mesas temáticas se desarrolló de forma interesante y candente. Resultó muy satisfactorio el conocimiento de las personas a través de la pantalla, pero primó el conocimiento intelectual que se tenía de las personas, precisamente por las ponencias que habían elaborado. En este sentido, destaca el hecho de que la edad de los ponentes era muy diferente y recorría un amplio abanico, pero eso no fue óbice a la hora de debatir las cuestiones que se ponían sobre la mesa, tan variadas como la televisión social, las nuevas plataformas de consumo, la interactividad y la segunda pantalla, las redes sociales proto-cooperativas o la publicidad móvil, entre otros. Entre los comentarios de los participantes destacan los que agradecen esta dinámica virtual que favorece, en su opinión, la comunicación interpersonal aunque en un primer momento pueda parecer que no es posible conseguirse a través de la tecnología.

Por último, se puso de manifiesto que son posibles estas experiencias innovadoras, en las que el uso de las redes sociales abren una senda que permite una reconversión de formatos y contenidos donde prima una actitud post-digital, es decir, más preocupada por la dimensión humana que por la digital propiamente dicha.

6. Referencias bibliográficas

- ALAYÓN, J. (2009). “Retórica y Discurso Hipertextual: Del trovador oral al trovador hipermedial. Notas para un estudio”. En *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. Recuperado de: [http://www.cervantesvirtual.com/obra/retrica-y-discurso-hipertextual-del-trovador-oral-al-trovador-hipermedial-notas-para-un-estudio-0/\[24-09-2013\]](http://www.cervantesvirtual.com/obra/retrica-y-discurso-hipertextual-del-trovador-oral-al-trovador-hipermedial-notas-para-un-estudio-0/[24-09-2013]).
- ALEXENBERG, M. (2011). *El futuro del arte en la era postdigital: De helenística a la Conciencia hebraica*. Bristol and Chicago: Intellect Books/University of Chicago Press. Intellect Books / University of Chicago Press. Bristol y Chicago.
- BAIGET, T. y TORRES-SALINAS, D. (2013). “Informe APEI sobre Publicación en revistas científicas”. Recuperado de: <http://www.apei.es/informes/InformeA-PEI-Publicacionescientificas.pdf> [1-09-2013].
- CASCONE, K. (2002). “The Aesthetics of Failure: Post-Digital Tendencies in Contemporary Computer Music”. Recuperado de: http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/cascone/aesthetics_failure.htm [4-09- 2013].

- LONDOÑO, F. (2012). “Prácticas colaborativas posdigitales: una revisión desde la creación electroacústica latinoamericana”. En GERMÁN-RODRÍGUEZ, L. (2012). *Canto electroacústico de aves latinoamericanas: música y tecnología*. Madrid: Fundación telefónica. Recuperado de: http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/181 [24-09-2013].
- LÓPEZ-BORRULL, A. (2012). “¿Hacia una reconversión de los congresos? Propuestas para su viabilidad”. *Anuario ThinkEPI*, vol. 6. Recuperado de: http://eprints.relis.org/18735/1/123-126-F2-reconversion-congresos-Lopez_Borrull-Navas.pdf [23-09-2013].
- RUIZSANTOS, C. y MERONO CERDÁN, A. (2007). “Utilidad de los congresos científicos en la difusión del conocimiento: percepción del investigador español en Economía de la Empresa”. En *Ciencia y Técnica Administrativa*. Recuperado de: <http://www.cyta.com.ar/ta0602/v6n2a1.htm> [4-09-2013].
- SANTOS MARTÍNEZ, C.J. (2012). “Los congresos en la actual sociedad del Conocimiento”. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 19, p. 995-1005. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42184 [30-08-2013].
- SOUZA, M.S., ET AL. (2009). “De congresos presenciales a congresos virtuales”. Recuperado de: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/26807> [25-09-2013].

Notas

- 1 Investigación financiada por el plan propio de Investigación de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). Grupo de Investigación Comunicación y Sociedad Digital (coysodi).

Las autoras

Inmaculada Berlanga Fernández. Licenciada y Doctora en Filología Clásica y Licenciada y Doctora en Comunicación Audiovisual. Actualmente es profesora Agregada en la Facultad de Empresa y Comunicación de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR). Pertenece a COYSODI, grupo de Investigación del plan propio de la UNIR, Comunicación y Sociedad Digital. También es miembro del Proyecto del Ministerio de Ciencias e Innovación: “La enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital” IP: Ignacio Aguaded. Miembro del Grupo Comunicar desde 2006 y de la Asociación Científica Icono 14 desde 2011. Autora de numerosas publicaciones en el ámbito de la Comunicación Audiovisual. Cf. <https://sites.google.com/site/inmaberlanga/>

Adoración Merino Arribas. Formación académica: Doctora en Ciencias de la Información. Licenciada en Periodismo. Profesora de Educación Primaria. Periodista con 20 años de experiencia. Actualmente coordinadora y profesora del grado de Comunicación de la UNIR. Pertenece a COYSODI, grupo de Investigación del plan propio

de la UNIR, Comunicación y Sociedad Digital. Es a su vez, subdirectora del Grupo Dirigentes (revistas Dirigentes y Nuestros Negocios y www.dirigentesdigital.com) desde octubre de 2011. Autora de las monografías *Los niños de los cayucos* (Editorial Académica Española, 2012) y *Náufragos con GPS* (Fundación Canaria Salud y Sanidad de Tenerife, 2010).