

## INSCRIPCIÓN

XXIII Congreso Internacional de Comunicación (CICOM)

### Excelencia e Innovación en la Comunicación

12 y 13 de febrero de 2009

#### DERECHOS DE INSCRIPCIÓN

• **Antes del 2 de febrero (incluido)**

Alumnos de licenciatura y doctorado	60 €
Agrupación de graduados	100 €
Otros participantes	150 €

• **Después del 2 de febrero**

Alumnos de licenciatura y doctorado	75 €
Agrupación de graduados	120 €
Otros participantes	180 €

La inscripción da derecho a asistir a todos los actos académicos organizados para los participantes, a recibir todo el material publicado para el Congreso, y al Diploma de Asistencia, siempre que ésta se acredite. No incluye ni el alojamiento ni las comidas. La inscripción es por participante, no por comunicación. Los alumnos deberán adjuntar un certificado actualizado que garantice que están matriculados.

Para formalizar la inscripción se deberá cumplimentar este formulario y enviarlo, junto con el resguardo de la transferencia bancaria, a la Secretaría del Congreso, mediante fax o correo postal.

A la atención de María José Yerro  
**XXIII Congreso Internacional de Comunicación**

**Fax:** +34 948 42 56 64

**Correo postal:**

Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra.  
31080 Pamplona (España)

#### PAGO DE LAS TASAS

TITULAR DE LA CUENTA:  
Universidad de Navarra

OBSERVACIONES:  
23 CICOM

ENTIDAD:  
Caja Navarra, Avda Carlos III, 8 Pamplona, España

CUENTA CORRIENTE INTERNACIONAL:  
ESO5 2054.0000.43.3000033916

SWIFT:  
CECAESMM 054.



Universidad  
de Navarra

fcom Cincuenta años  
de estudios de Comunicación  
en la Universidad de Navarra  
1958-2008

XXIII CONGRESO INTERNACIONAL  
DE COMUNICACIÓN (CICOM)

## Excelencia e innovación en la comunicación



Universidad  
de Navarra

PAMPLONA  
12 y 13 de febrero 2009

## PRESENTACIÓN

En la actualidad, las empresas y los profesionales del periodismo, el entretenimiento, la ficción y la comunicación corporativa y publicitaria se enfrentan, más que nunca, a la prueba de la excelencia y la calidad de sus mensajes. Comunicar por todos los medios en la era digital implica disponer de modelos editoriales que enriquezcan las demandas del público, profundicen en la especialización de los contenidos, renueven los lenguajes y personalicen las ofertas, desde la integración multimedia. Por tanto, la excelencia y la innovación son dos actitudes que cobran relevancia en la sociedad de la comunicación interactiva.

La capacidad de interesar a las personas y satisfacer sus inquietudes informativas y socioculturales a lo largo del tiempo es un valor necesario que mantiene a las audiencias vinculadas a un proyecto de comunicación, satisfechas con sus productos y servicios. Conviene recordar que el éxito apunta a la excelencia, pero no se identifica con ella. A modo de orientación, sirven los referentes clásicos de organizaciones como National Geographic, la BBC, The Economist, Ogilvy o Disney, que cuentan con algo más que éxito y reputación. Estas empresas son modelos paradigmáticos del "estar juntos", fin propio de las diferentes disciplinas de la comunicación. Asimismo, estas marcas sobresalen por su creatividad en los modos de idear y realizar los contenidos, haciendo partícipe al ciudadano en las formas de comunicarlos a la sociedad.

El XXIII Congreso Internacional de Comunicación quiere ahondar en la excelencia y la innovación en los contenidos, las organizaciones y la formación de los futuros comunicadores acercándose a medios, profesionales y docentes. También a las fórmulas comunicativas de hoy y de ayer, que todos reconocemos como excelentes, y que atraen a generaciones presentes y venideras. Este Congreso –enmarcado en el 50 aniversario de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra– se desarrolla en un momento clave, en el que el cambio digital debe estar al servicio de acercar personas, valores y culturas.

#### COMITÉ CIENTÍFICO

PRESIDENTA: Mónica Herrero.  
Universidad de Navarra.

**Manuel Martín Algarra.**

Universidad de Navarra: [mmalgarra@unav.es](mailto:mmalgarra@unav.es)

**José Luis Orihuela.**

Universidad de Navarra: [jlorig@unav.es](mailto:jlorig@unav.es)

#### COMITÉ ORGANIZADOR

Elsa Moreno: [emoreno@unav.es](mailto:emoreno@unav.es)

Cristina Etayo: [cetayo@unav.es](mailto:cetayo@unav.es)

Alberto García: [albgarcia@unav.es](mailto:albgarcia@unav.es)

María José Yerro: [mysanmartin@unav.es](mailto:mysanmartin@unav.es)



## METODOLOGÍA

La metodología del Congreso alterna ponencias, mesas redondas y grupos de trabajo. Las ponencias duran media hora y sirven para que investigadores y profesionales de prestigio desarrollen a fondo algunos aspectos del tema central del encuentro. Por su parte, las mesas redondas tratan de mostrar distintas visiones sobre una misma materia, expuestas por profesionales que habitualmente tienen un papel protagonista en el desarrollo práctico de la cuestión que se debate.

Los grupos de trabajo constituyen un modo de intercambio académico de las ideas presentadas en las comunicaciones y ponencias. En el Congreso, por tanto, no hay lectura de comunicaciones, sino que cada comunicador expone de manera breve –unos ocho minutos como máximo– los principales argumentos relacionados con la idea central del grupo de trabajo. Finalizado el turno de intervenciones, se abre un debate dirigido por un moderador.

## LISTA DE GRUPOS DE TRABAJO

- Grupo 1.** De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: autoridad y ética en la comunicación.
- Grupo 2.** De la sociedad de la información a la sociedad del conocimiento: modelos y casos prácticos.
- Grupo 3.** En busca de la excelencia: ¿utopía o realidad?
- Grupo 4.** Excelencia y Ejercicio profesional: desafíos y retos.
- Grupo 5.** Modelos editoriales de calidad: referentes en la prensa.
- Grupo 6.** Modelos editoriales de calidad: referentes en la televisión y en la red.
- Grupo 7.** Oferta de contenidos e integración digital (I).
- Grupo 8.** Oferta de contenidos e integración digital (II).
- Grupo 9.** De la comunicación lineal a la comunicación interactiva: formatos discursivos.
- Grupo 10.** Redes sociales, audiencias y públicos específicos.
- Grupo 11.** Comunicación institucional y comunicación estratégica: identidad y reputación.
- Grupo 12.** Responsabilidad social corporativa de la empresa periodística y comunicación publicitaria.
- Grupo 13.** Métodos innovadores de investigación en comunicación.
- Grupo 14.** Acciones y modelos de innovación en la docencia universitaria (I).
- Grupo 15.** Acciones y modelos de innovación en la docencia universitaria (II).

# PROGRAMA

## JUEVES 12 DE FEBRERO DE 2009

Facultad de Comunicación. Edificio de Ciencias Sociales.

- 09.00 Recogida de acreditaciones y material del Congreso
- 09.15 Apertura del Congreso  
*Mónica Herrero*. Decana.  
Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra.

### SESIÓN INAUGURAL

- 09.30 **“Excelencia en la comunicación”**  
*Carlos Soria*. Presidente. Innovation International Media Consulting Group.

### LA EXCELENCIA DE LOS CLÁSICOS

Presenta y modera: **¿Quién?**

- 10.00 Mesa redonda:  
**“Calidad y creatividad: medios de referencia”**  
*Keenan Smart*. Natural History Unit.  
National Geographic Television.  
*Gabriel González*. Project Manager. Deutsche Welle.  
**Ilion Animation Studios / Pixar /**
- 11.00 Debate
- 11.30 Pausa Café

### LA EXCELENCIA EN LA INVESTIGACIÓN

Presenta y modera: **¿Quién?**

- 12.00 **“Razones para apostar por la calidad”**  
*Alfonso Sánchez-Tabernero*. Universidad de Navarra.
- 12.30 Debate

### Salas de desarrollo y análisis (segunda planta)

- 15.30 Lectura/Discusión de Comunicaciones

### LA EXCELENCIA EN LA FORMACIÓN

Presenta y modera: **¿Quién?**

- 17.30 Mesa redonda:  
**“Desafíos en la docencia universitaria”**  
*Brian Brooks, Fritz Cropp*. Missouri School of Journalism. “Journalism as the New Knowledge Profession and Consequences for Journalism Education”.  
*Wolfgang Donsbach*. Technische Universität Dresden. Institut für Kommunikationswissenschaft.  
*Francisco Sánchez*. Universidad de A Coruña.
- 18.30 Debate
- 19.30 **Entrega del XI Premio Luka Brajnovic**  
Aula Magna, Edificio Central
- 20.30 **Cóctel**. Edificio Central

## VIERNES 13 DE FEBRERO DE 2009

Facultad de Comunicación. Edificio de Ciencias Sociales.

### INNOVACIÓN: OPORTUNIDADES Y RIESGOS

Presenta y modera: **¿Quién?**

- 10.00 **“Social media, Videogames and Political Ideologies in the 21<sup>st</sup> century”**  
*Jay David Bolter*. Wesley Chair in New Media.  
Co-director. Wesley Center for New Media Research and Education.
- 10.30 **“La web social: cuando la innovación no procede de los medios”**  
*José Luis Orihuela*. Universidad de Navarra.
- 11.00 Debate
- 11.30 Pausa Café
- 12.00 **“Legends: Inspiration from the history of advertising”**  
*Mark Tungate*. Freelance writer  
(www.tungateinparis.com)
- 12.30 **“Creatividad e innovación : antes cuestión de genes, ahora cuestión de memes. Socialización de los medios de producción en la era de la web 2.0”**  
*Alejandro Piscitelli*. Director General de Educ.ar Portal Educativo de la Nación argentina.
- 13.00 Debate

### Salas de desarrollo y análisis (segunda planta)

- 15.30 Lectura/Discusión de Comunicaciones

### INVENTANDO EL FUTURO

Presenta y modera: *José Luis Orihuela*. Universidad de Navarra.

- 17.30 Mesa redonda:  
**“Una mirada a la comunicación y a los medios más allá de internet”**  
*Jean-François Fogel*. Periodista y ensayista. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano.  
*Francis Pisani*. (www.francispisani.net)  
*Mario Tascón*. Dixired.
- 18.30 Debate
- 19.00 Conclusiones del relator
- 19.15 Clausura del Congreso

## INSCRIPCIÓN

XXIII Congreso Internacional de Comunicación(CICOM)

### Excelencia e Innovación en la Comunicación

12 y 13 de febrero de 2009

**Más información:**  
Congreso Internacional de Comunicación  
Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra  
31080 Pamplona (España)  
Tel.: +34 948 42 56 17 Fax: +34 948 42 56 64  
e-mail: cicom@unav.es



[www.unav.es/fcom/cicom](http://www.unav.es/fcom/cicom)