Colaboradores, nº 64

María Cruz Alvarado López
Susana de Andrés del Campo
Pablo Alzugaray
César R. S. Bolaño
Julián Bravo Navalpotro
Pilar Carrera Álvarez
Raúl Eguizabal
Enrique González
Eduardo Madinaveitia
Michel Malka
Manuel Parés i Maicas
Ricardo Pérez-Solero Puig
Ángel Riesgo Alcaide
Fernando Sáez Vacas
Víctor Sampedro
José Luis Sánchez Noriega
John Sinclair
Daniel Solana
Pedro Vidal Silva
Ramón Zallo

También han colaborado:

Luis A. Albornoz (Universidad Carlos III)

Sagrario Beceiro (Universidad Carlos III)

Susana Blázquez (periodista)

Rafael Cid (periodista)

José Fernández-Beaumont (Universidad Carlos III)

Trinidad García Leiva (Universidad Complutense)

Fundación Telefónica

Rafael Gómez Alonso (Universidad Rey Juan Carlos)

Daniel Jones (Universidad Ramon Llull e InCom, UAB)

Ainara LarrondoUreta (Becaria predoctoral, Universidad del País Vasco)

Samuel Martín Barbero (consultor)

Cristina Peñamarín (Universidad Complutense)

Noemí San Juan (periodista)

Fernando Tucho (Universidad Rey Juan Carlos)

Traducciones

Antonio Fernández Lera

Alberto Pena

Amy Small

María Cruz Alvarado López
es doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense. Vicedecana de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid. Profesora de Lenguaje Publicitario y Modelos de Análisis de la Publicidad.
mcal@hmca.uva.es

SUBIR

Susana de Andrés del Campo
es doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense. Profesora de Teoría General de la Publicidad e Historia del Cartel de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid.
delcampo@hmca.uva.es

SUBIR

Pablo Alzugaray
es Presidente de la Asociación Española de Agencias de Marketing Directo, profesor del Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo y miembro de las Juntas Directivas de la Asociación Española de Agencias de Publicidad (AEAP) y de la Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD).
palzugaray@shackletongroup.com

Fundación Telefónica

SUBIR

César R. S. Bolaño
es profesor de la Universidad Federal de Sergipe, Brasil. Coordinador del sitio EPTIC y de la revista Eptic on line (www.eptic.com.br), publicó, entre otros libros, *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo* (2000) y *Mercado Brasileiro de Televisão* (1988).
bolano@ufs.br

SUBIR

Julián Bravo Navalpotro
es Presidente Ejecutivo de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC). Ha sido presidente del Grupo JWT en España, y Executive Vicepresident, miembro del Consejo de Administración de JWT Worldwide en Nueva York. Profesor Asociado de la Universidad de Navarra.
j.bravo@aimc.es

SUBIR

Pilar Carrera Álvarez
es profesora del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid. Doctora por la Universidad del País Vasco.
mpcarrer@hum.uc3m.es

SUBIR

Raúl Eguizabal
es profesor de Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid, y autor de numerosas obras sobre publicidad. Coordinador y co-autor de *La comunicación publicitaria* (2004).
r.eguizábal11@mi.madritel.es

SUBIR

Enrique González
es Presidente de Lowe FMRG.
enrique.gonzalez@lowefmrg.com

SUBIR

Eduardo Madinaveitia
es Director de Recursos estratégicos de Zenith Media.
eduardo_madinaveitia@zenithmedia.es

SUBIR

Fundación Telefónica

Michel Malka
es fotógrafo establecido en Madrid desde los últimos sesenta, realizador publicitario y responsable de Nada Films desde los años ochenta. Es un maestro en el arte de ampliar los límites del lenguaje publicitario. Artista-artesano- inventor, lleva cuatro décadas ?en su plató, taller, laboratorio? al frente de una revolución silenciosa: la que obliga a las imágenes a sugerir más y más.
El éxito alcanzado por sus trabajos en el rodaje con equipos de alta velocidad en plató, le ha convertido en uno de los pocos especialistas mundiales en su actividad.

SUBIR

Manuel Parés i Maicas
es catedrático emérito de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB).
Manuel.Pares@uab.es

SUBIR

Ricardo Pérez-Solero Puig
es socio de Estudio Legal de Comunicación.
rpsolero@estudiolc.com

SUBIR

Ángel Riesgo Alcaide
es economista y publicitario. MBA por el Instituto de Empresa de Madrid. Es miembro del Consejo Directivo de la Asociación española de Anunciantes, de Autocontrol de la Publicidad y socio de la IAA y del Colegio de Publicitarios de Cataluña.
ariesgo@grupoconsultores.com

SUBIR

Fernando Sáez Vacas
es catedrático de la ETSIT (Universidad Politécnica de Madrid). Autor de numerosas obras, la última de las cuales es *Más allá de Internet: la Red Universal Digital* (2004).
fsaez@dit.upm.es

SUBIR

Víctor Sampedro
es profesor titular de la Universidad Rey Juan Carlos, de Madrid. Y autor, entre otras obras, de *La pantalla de las identidades*, y *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*.
sampedro@nodo50.org

Fundación Telefónica

SUBIR

José Luis Sánchez Noriega
es profesor titular de Historia del Cine en la Universidad Complutense. Autor de una docena de estudios sobre comunicación audiovisual de masas, entre ellos *Crítica de la seducción de masas* (2002), *Historia del Cine* (2002) y *Diccionario temático del cine* (2004).
noriega@ucm.es

SUBIR

John Sinclair
es profesor en Victoria University, Melbourne (Australia). Autor de numerosas obras, entre ellas *Latin American Television y Televisión: comunicación global y regionalización*.
j.sinclair@unimelb.edu.au

SUBIR

Daniel Solana
es publicitario. Director creativo en agencias como Young & Rubicam (Barcelona) o Contrapunto (Madrid). En 1997 fundó DoubleYou, la agencia de publicidad interactiva española más premiada.
dsolana@doubleyou.com

SUBIR

Pedro Vidal Silva
es profesor de Creatividad Publicitaria en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

SUBIR

Ramón Zallo
es catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco. Autor, entre otras obras, de *Industria y políticas culturales en España y el País Vasco* (1995), y *El mercado de la cultura* (1992).
cypzaelr@lg.ehu.es

SUBIR

Fundación Telefónica