

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Volumen 29 / N. 2 / 2016

ARTÍCULOS

BRAGA, Paolo [How to apply the multi-strand narrative of American TV shows in a British series: the Downton Abbey's case](#)1-16

SUSPERREGUI, José Manuel [Localización de la fotografía Muerte de un miliciano de Robert Capa](#)17-44

DÍAZ SOLOAGA, Paloma y GARCÍA GUERRERO, Leticia [Fashion films as a new communication format to build fashion brands](#)45-61

PALAU-SAMPIO, Dolors [Metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital: clickbait y estrategias de tabloide en Elpais.com](#)63-79

GALMÉS, María ; BERLANGA, Inmaculada y VICTORIA MAS, Juan Salvador [Advertising from the perspective of festivals: the present and future of commercial communication in the categories of awards \(2013-2014\)](#)81-100

REVERT GOMIS, Jordi [Filmando el rostro de la muerte: representaciones del verdugo en S-21: La máquina de matar y The Act of Killing](#)101-113

SÁNCHEZ-OLMOS, Cande y HIDALGO-MARI, Tatiana [Del sofá a YouTube: estudio de género sobre la interacción en la red social en torno a las series de TV españolas](#)117-132

VILLAGRA, Nuria; CÁRDABA, Miguel A. M. y RUIZ SAN ROMÁN, José A. [Comunicación de RSC: una revisión de las tesis clásicas sobre la coherencia entre la acción de RSC y la actividad organizacional](#)133-146

CANET, Fernando ; VALERO, Miguel Ángel y CODINA, Lluís [Quantitative approaches for evaluating the influence of films using the IMDb database](#)151-172

ARUGUETE, Natalia y RIORDA, Mario [Una imagen vale más que mil políticas: la estrategia discursiva de las campañas electorales de los candidatos ganadores en América Latina](#)173-191

RESEÑAS

Próximamente se añadirán las reseñas de este volumen