

COMMUNICATION & SOCIETY



Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S



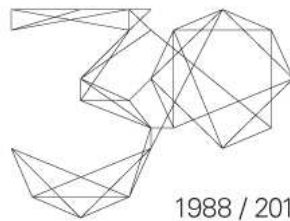
Communication & Society
Marca registrada en la Oficina Española de
Patentes y Marcas
M 1228817
M 2917664

Bases de Datos

ESCI
SCOPUS
Google Scholar
FECYT
Elsco
ProQuest
CNKI
DICE
RESH
Latindex
MIAR
CIRC
DADUN
DIALNET

Más Información

Miembro de FELAFACS y Red
Iberoamericana de Revistas de
Comunicación y Cultura



1988 / 2018
Communication
& Society

ÚLTIMO NÚMERO



**Communication
& Society**
2019, 32(2)

ISSN
0214-0039

E-ISSN
2386-7876



@JournalCommSoc

Artículos

Tiago QUIROGA

Mediatization and epistemological otherness: a
hermeneutic approach to the communication field
of knowledge

**Ana M. PÉREZ-GUERRERO y Andrés
FORERO-SERNA**

Entre la realidad y la fantasía: las estrategias
narrativas del género de terror en las
producciones del estudio Laika (2009-2015)

**Jorge GALLARDO-CAMACHO, Javier SIERRA
SÁNCHEZ y Eva LAVIN**

El ciclo de consumo en diferido de los programas
de televisión tras su emisión lineal en España

**Diana GAVILAN, Susana FERNÁNDEZ-LORES
y Gema MARTÍNEZ-NAVARRO**

The influence of Online Ratings on Film Choice:
Decision Making and Perceived Risk

Carmen GÁLVEZ

Evolución del campo de investigación de los
Social Media mediante mapas de la ciencia
(2008-2017)

**María José BENÍTEZ DE GRACIA y Susana
HERRERA DAMAS**

Análisis del nivel de inmersión de los reportajes
en vídeo en 360° producidos por medios
periodísticos españoles

Pablo ALZOLA CERERO

"Strangers and pilgrims": el arquetipo del migrante
en el cine de Terrence Malick

**Patricia DURÁNTEZ-STOLLE y Raquel
MARTÍNEZ-SANZ**

El politainment en la construcción transmediática
de la imagen del personaje político

**Lluís LLAMERO, Vicente FENOLL y David
DOMINGO**

Predictors of credibility of online media in the
Spanish polarized media system

Belén GALLETERO-CAMPOS

La desaparición de la prensa impresa provincial:
análisis de las causas y consecuencias a partir
del estudio de caso de Castilla-La Mancha

Salomé SOLA-MORALES y Carla QUIROZ

Campañas de comunicación para la prevención
del consumo de drogas en Chile (2004-2014):
entre el prohibicionismo y la estigmatización

De alcance internacional y abierta a
profesores e investigadores de todos los
países, *Communication & Society* es una
revista académica de periodicidad trimestral,
fundada en 1988. Anteriormente llamada
Comunicación y Sociedad, desde el número
de octubre de 2014 se publica en inglés. Los
cuatro números de cada año se publican, en
versión digital, en enero, abril, junio y octubre.

Su principal objetivo es recoger destacadas
investigaciones en el ámbito de la
comunicación desde variadas perspectivas
tanto teóricas como empíricas o aplicadas, en
campos como periodismo, publicidad,
relaciones públicas, radio, cine y televisión,
comunicación política, deontología, historia,
políticas de comunicación, economía política y
nuevos medios, entre otros. El rigor
metodológico y la obtención de resultados de
investigación son requisitos para la revisión y
publicación de originales.