

SUMARIO

ARTÍCULOS

David ROCA y Marta MENSA

La economía del producto audiovisual en el mercado de la comunicación. Pág. 7

Antonio LINDE NAVAS

Teorías y procedimientos de educación moral en ética y deontología de la comunicación. Pág. 35

Ainara LARRONDO URETA

La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. Pág. 59

Manuel PALENCIA-LEFLER ORS

La música en la comunicación publicitaria. Pág. 89

Antonio SÁNCHEZ ESCALONILLA

Fantasma de aventuras: La exploración de universos fantásticos en literatura y cine. Pág. 109

María del Mar GRANDÍO

El entretenimiento televisivo. Un estudio de audiencia desde la noción de gusto. Pág. 139

Carlos Alberto SCOLARI, Héctor NAVARRO GÜERE, Hugo PARDO KUKLINSKI, Irene GARCÍA y Jaume SORIANO

Comunicación móvil: actores y producción de contenidos en Cataluña. Pág. 159

Cristina SÁNCHEZ BLANCO

Génesis de la Planificación de cuentas: cómo gestionar el conocimiento del consumidor en las agencias de publicidad. Pág. 187

Paloma DÍAZ SOLOAGA, Carlos MUÑIZ y Dolores CÁCERES ZAPATERO

Consumo de revistas de moda y efectos en la autopercepción del cuerpo de mujeres: un estudio comparado entre España y México desde la Tercera Persona. Pág. 221

Roberto GELADO MARCOS

La dependencia de la prensa española hacia las agencias de noticias. Pág. 243

María Isabel MENÉNDEZ MENÉNDEZ

Aproximación teórica al concepto de prensa femenina. Pág. 277

RESEÑAS

Carlos BARRERA

Historia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Medio siglo de enseñanza e investigación (1958-2008)

Thomas W. COOPER, Clifford G., CHRISTIANS, Anantha S. BABBLI y John Michael KITTROSS, (ed.)

An Ethics Trajectory: Visions of Media Past, Present and Yet to Come

Gabri RÓDENAS

Guía para ver y analizar: Noche en la Tierra de Jim Jarmusch

Fernando Ramón CONTRERAS MEDINA
Sociedad Interconectada, Cultura Desconectada

Graham MEIKLE

Interpreting News

Alberto Nahum GARCÍA MARTÍNEZ

El cine de no-ficción en Martín Patino

Ana Isabel BERNAL TRIVIÑO

Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal de medio

Juan Miguel AGUADO e Inmaculada José MARTÍNEZ (Coords.)

Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura

Carlos SCOLARI

Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva

Mercedes MEDINA (Coords.)

Series de televisión. El caso de Médico de familia. Cuéntame cómo pasó. Los Serrano

María del Mar GRANDÍO PÉREZ

Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva: el caso de Friends

2009

VOLUMEN XXII • NÚMERO 2 • DICIEMBRE

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD