

SUMARIO

ARTÍCULOS

Concepción FERNÁNDEZ VILLANUEVA, Juan Carlos REVILLA y
Roberto DOMÍNGUEZ BILBAO

Identificación y especularidad en los espectadores de violencia en televisión: una reconstrucción a partir del discurso. Pág. 7

María Rosa BERGANZA CONDE, Roberto DE MIGUEL PASCUAL y
María Ángeles CHAPARRO DOMÍNGUEZ

La prensa gratuita ante las elecciones generales de España del 9 de marzo de 2008: cobertura, politización y *frames* en contraposición a la prensa de pago. Pág. 35

Francisco Javier PÉREZ-LATRE, Idoia PORTILLA y Cristina SÁNCHEZ BLANCO
Social Networks, Media and Audiences: A Literature Review. Pág. 63

Elía SAID HUNG y Carlos ARCILA CALDERÓN

Líderes de opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter. Pág. 75

Carmen SOFÍA BRENES

El valor práctico de la teoría: Enseñar la Poética de Aristóteles a guionistas. Pág. 101

Mercedes MUÑOZ SALDAÑA

Key issues to understand the controversy surrounding the economic support of Spanish public television. Pág. 119

Xavier GINESTA PORTET

El fútbol y el negocio del entretenimiento global. Los clubes como multinacionales del ocio. Pág. 141

Javier SERRANO PUCHE

Leonardo Sciascia, escritor en prensa: sus colaboraciones con diarios italianos (1955-1989) Pág. 167

María del Mar CHICHARRO MERAYO

Historia de la telenovela en España: aprendizaje, ensayo y apropiación de un género. Pág. 189

Miriam SALCEDO

El antropomorfismo como herramienta de divulgación científica por televisión: estudio de *El Hombre* y la *Tierra*. Pág. 217

Arnau VILARÓ I MONCASÍ

El eco de la fotografía de Barthes. La nueva cámara lúcida: Notas sobre el cine digital. Pág. 247

María Elisa SABRE

Implicación y encuadre como factores de eficacia en los mensajes publicitarios de las ONG. Pág. 269

2011

VOLUMEN XXIV • NÚMERO 1 • JUNIO

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD