

Estadísticas de artículos y resúmenes recuperados – Revista ICONO14 Año 2015

ID	Título del artículo	Número	Resumen	Artículo
382	Modelo virtual de aprendizaje activo y mejora de la calidad docente basado en la metodología delphi. Hacia un nuevo Espacio Europeo de Enseñanza Superior.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	36	1043
209	Géneros, formatos y programas de televisión preferidos por los jóvenes. Análisis comparativo por comunidades autónomas	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	1248	992
128	Retórica aplicada a la Enseñanza del Diseño Gráfico	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	713	865
342	Interacciones hipermedia y videojuegos	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	172	771
549	Análisis iconográfico de la publicidad audiovisual de perfumes	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	333	768
24	Realidad Aumentada, educación y museos	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	1104	591
319	La Responsabilidad Social Corporativa: una estrategia para conseguir imagen y reputación	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	345	537
745	Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia / Proposal for a generic model of analysis of the structure of transmedia narratives	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	585	508
656	Diseño de objetos gráficos-interactivos	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	691	483
818	El fenómeno WhatsApp en el contexto de la comunicación personal: una aproximación a través de los jóvenes universitarios	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	1008	464
362	Los cuentos motores como herramienta pedagógica para la educación infantil y primaria	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	302	463
156	Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE).	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	1179	455
352	Comunicación y protocolo: Perspectivas teóricas	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	89	412
653	DIY: Arte, Diseño y Tecnología. Estrategia crítica de colaboración comunitaria offline y online	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	96	397
431	Retórica fotográfica. Ingenio y provocación	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	45	394
426	Una aproximación a la historia de la retórica	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	281	392
388	Análisis del contexto histórico y tecnológico del origen de los videojuegos.	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	130	371
49	De los videojuegos comerciales al currículum: Las estrategias del profesorado.	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	50	361
432	Retórica musical. El madrigal lo pur respiro	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	55	361
315	De la publicidad de “bien público” a la publicidad social en Argentina	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	204	354

39	E-learning en mundos virtuales 3D. Una experiencia educativa en Second Life	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	271	352
343	Bloggers y su influencia en la imagen de una marca	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	80	337
424	La credibilidad de la voz como aspecto persuasivo de creación radiofónica	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	158	333
390	Estimulación y relax mental a través del uso de videopasatiempos de última generación: Nintendo Ds® y The Touch Generations®	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	92	330
320	¿Publicidad Social?: usos y abusos de “lo social” en la publicidad	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	267	303
229	Medios de comunicación, anorexia y bulimia. La difusión mediática del ‘anhelo de delgadez’: un análisis con perspectiva de género	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	1332	297
430	Tipo/retórica. Una aproximación a la retórica tipográfica	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	432	290
210	De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	346	289
295	Procesos de aprendizaje colaborativo a través del e-learning 2.0	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	47	269
442	La retórica en Internet	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	56	262
279	Advergaming. Concepto, tipología, estrategia y evolución histórica	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	580	252
444	Internet ¿Una puerta abierta a la publicidad?	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	87	250
435	Bibliografía sobre poética y retórica audiovisual	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	51	244
530	La investigación científica sobre Cine en España a partir de sus tesis doctorales: Análisis de redes sociales (1978-2007)	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	128	243
159	La fuerza de los stakeholders en el caso de La Noria. Ciudadanía crítica y uso de redes sociales en un análisis de la reputación corporativa.	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	317	239
398	Propuesta de tipología básica de los videojuegos de PC y consola	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	26	231
237	Cuerpos mediáticos versus cuerpos reales. Un estudio de la representación del cuerpo femenino en la publicidad de marcas de moda en España	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	158	221
384	Videojuegos y virtualidad narrativa	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	164	217
445	¿Una educación tradicional o transformadora? Tecnología - Internet - Contextos de aprendizaje	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	71	217
252	El necesario protocolo en la comunicación organizacional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	872	214
332	Nativos digitales y aprendizaje	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	151	214
378	Modalidades educativas de la radio en la era digital	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	215	197
395	El cine y la pintura: una relación pedagógica	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	237	196
385	Videojuegos y virtualidad narrativa	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	45	195

772	Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación Presentación	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	726	192
108	La diferencia sexual y el trayecto del deseo femenino en Drácula de Bram Stoker. La revelación de un deseo "consumido"	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	204	189
716	La expresión de las emociones en la Comunicación Virtual: El Ciberhabla	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	996	186
822	Audiencia social en España: Estrategias de éxito en la televisión nacional	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	503	186
372	Memoria y realidad: una investigación cualitativa sobre el recuerdo de la ficción televisiva.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	22	185
453	Aspectos creativos de la obra de Gustave Doré	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	62	183
853	Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	294	183
245	La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	371	182
327	Do it yourself: Cultura y tecnología	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	216	177
441	El humor gráfico desde una perspectiva retórica	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	107	177
821	Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración.	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	674	176
434	Poética y retórica dialógica del espacio en la Ciudad de México	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	12	175
314	Valores occidentales en el discurso publicitario audiovisual argentino	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	24	173
339	Redes sociales, contenidos publicitarios y dispositivos móviles	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	218	173
418	Títulos de crédito. Píldoras creativas del diseño gráfico en el cine	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	201	173
887	Comunicación y Redes Sociales Presentación	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	516	171
234	Illicitud de las representaciones degradantes y humillantes del cuerpo femenino en la publicidad. Especial referencia a la anorexia	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	117	170
359	Entre la imagen y el silencio: La palabra escindida en Caleidoscopio de Gustavo Montes	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	83	168
888	Solidaridad en la redes sociales: cuando el usuario abandona su zona de confort - el caso de Charlie Hebdo'	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	289	168
436	Aprendizaje basado en juegos	Vol. 2, Núm. 2 (2004): Videojuegos	391	167
396	El mercado del videojuego: Unas cifras	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	297	165
769	Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en Publicidad y Relaciones Públicas	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	829	163
323	Análisis de género de las campañas de publicidad de	Vol. 7, Núm. 2 (2009):	265	162

la Dirección General de Tráfico		Publicidad Social	
450	Creatividad, calidad e innovación	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	198 160
489	Comunicación y Sociedad: De la Anorexia y Vigorexia. Presentación.	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	183 153
317	La comunicación social de los nuevos canales audiovisuales en Internet: WebTv	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	16 151
648	Aporte del diseño gráfico en los materiales curriculares para e-Learning	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	344 150
399	Las nuevas tecnologías como herramienta pedagógica para facilitar la comunicación	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	33 149
464	Imagen narrativa: De la imagen prehistórica a las tecnologías de la imagen	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	188 149
46	Videojuegos educativos sociales en el aula	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	204 148
492	El proceso de reconversión de la Comunicación en EEES. Presentación.	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	63 147
669	Reseña: La realidad aumentada y su aplicación en el patrimonio cultural	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	62 146
201	La competencia mediática de la ciudadanía española: dificultades y retos	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	185 145
365	Hacia un teatro de cyborgs: Artes escénicas, tecnología/s y subjetividad/es Córdoba-Argentina (1997-2007)	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	29 145
321	El tercer mundo representado: la imagen como nido de estereotipos	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	183 144
465	Iconos narrativos y narraciones icónicas: La estructuración del relato a partir de la imagen	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	49 144
767	Information and Communication in a Networked Infosphere - a Review of Concepts and Application in Social Branding	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	668 143
350	Aspectos éticos y deontológicos del ejercicio profesional de la comunicación corporativa	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	163 142
592	Hacia una "radio social". Interacción, proyección y repercusión de las cadenas españolas en las redes sociales	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	436 141
404	Efectos del uso de videojuegos en niños de 7 a 12 años. Una aproximación mediante encuesta	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	258 138
722	No, sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	766 138
113	¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea.	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	212 137
451	La protección de la creatividad de los artistas intérpretes	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	17 136
573	Aproximación teórica al perfil profesional del 'Periodista de datos'	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	191 136

582	El uso de Twitter en el entorno del Periodismo Institucional 2.0: estrategias cross-media y diálogo informativo	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	91	136
212	Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	476	135
375	Telerrealidad y aprendizaje social	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	143	135
420	Protocolo y arte: Una mirada creativa	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	182	135
567	De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	282	135
248	La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	478	134
405	Aplicaciones de los videojuegos de contenido histórico en el aula	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	161	133
421	¿Hacia dónde va la publicidad en Internet? Del banner al clic to call	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	235	133
380	Aspectos legales de la publicidad en televisión y la defensa de los derechos de las audiencias	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	198	132
686	Madrid en el siglo XXI. Transformaciones y retos de su realidad social. La Realidad Social de Madrid Vol. II	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	38	131
249	La noción de mediación comunicativa para el análisis y el diseño de la comunicación organizacional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	179	130
325	Estado del proceso de implantación del sonido envolvente 5.1. en el medio radio en España	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	23	130
335	Estudiantes y educadores	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	85	129
191	Diseño de un Focus Group para valorar la competencia mediática en escenarios familiares	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	385	127
35	Videojuegos como un entorno de aprendizaje. El Caso de "Monturiol el joc"	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	263	124
264	Algunos criterios éticos para una adecuada comunicación interna en las organizaciones	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	132	124
364	La hibridación en las nuevas formas dramáticas y espectaculares del siglo XXI	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	27	124
397	El videojuego como material educativo: La Odisea	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	112	124
322	Comunicación y transparencia en las organizaciones sociales: los blogs como generadores de transparencia en las organizaciones no gubernamentales (ONGs)	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	104	121
433	Creatividad publicitaria y retórica. De la metáfora a los efectos especiales	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	134	121
336	Modelo de negocio de Youtube	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	142	117
577	Análisis de la audiencia social por medio de Twitter. Caso de estudio: los premios Goya 2013	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	154	115
439	Juego emergente: ¿Nuevas formas de contar historias en videojuegos?	Vol. 2, Núm. 2 (2004): Videojuegos	104	114

58	Asalto al poder en el porno. Apropiación y empoderamiento en las narraciones postpornográficas	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	109	112
131	Adolescencia e identidades LGBT en el cine español. Evolución, personajes y significados.	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	89	111
744	Las redes y los movimientos sociales ¿una acción colectiva o marketing viral?	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	698	110
766	La formación continua de los periodistas en RTVE: Especificidad tecnológica y puntos de encuentro con los perfiles y competencias profesionales en el Grado de Periodismo	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	611	110
326	Etnografía de una música envolvente	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	76	109
376	Broadcast yourself! Identidad, comunidad y masas inteligentes para la nueva sociedad del conocimiento.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	231	108
200	La televisión e Internet hoy: diferentes roles. Usos y consumos en el tiempo libre de jóvenes de Barcelona y Lima.	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	417	107
377	Características senso-perceptivas del sonido 5.1 en la comunicación radiofónica	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	97	107
788	Uso de las redes sociales como elemento formativo en el aula: Análisis de la motivación del alumnado universitario	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	289	107
292	El mobile marketing como estrategia de comunicación	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	156	106
454	Escuchar, mirar, crear. Apuntes sobre la creatividad musical en el medio cinematográfico.	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	18	105
318	Ecologismo, igualdad y responsabilidad civil: una visión de la publicidad social televisiva	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	140	104
32	Virtual rooms: Instrumentos de enseñanza en la educación a distancia universitaria	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	39	103
47	El diseño educativo en los mundos virtuales	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	283	102
344	Inmigrantes y nuevas tecnologías	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	43	102
565	Modelos de negocio emergentes en la industria del videojuego	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	322	102
787	Socialización virtual, multiculturalidad y riesgos de los adolescentes latinoamericanos en España. Virtual socialization, multiculturalism and risks among Latin American adolescents in Spain.	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	257	98
386	El contrato natural. Aproximaciones desde el videojuego	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	80	97
797	El uso de Storify en la prensa online española e inglesa. ¿Añade o elimina valor a la noticia?	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	189	95
427	Retórica del videoarte. Estudio aplicado a la videopoesía	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	59	94
196	Estudio de la construcción de la identidad de género a través del programa televisivo "Mujeres y Hombres y Viceversa"	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	397	93
429	Introducción al análisis retórico del texto fílmico	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	205	90

877	Autoayuda digital: de 'dummies' a expertos	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	178	90
759	Un poco de rock&love. Recursos creativos empleados por las marcas en la publicidad para móviles	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	693	88
394	De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa en la educación y el progreso	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	107	87
346	El espacio: un problema pendiente en la Teoría Narrativa del discurso audiovisual	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	36	86
42	La realidad virtual inmersiva en ambientes inteligentes de aprendizaje. Un caso en la educación superior	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	211	85
197	Nuevas audiencias, nuevas responsabilidades. La competencia mediática en la era de la convergencia digital	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	540	85
389	Mímesis en el paradigma del llamado "cine contemporáneo" y la narración hipermedia	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	36	85
739	La prensa digital y las redes sociales en la actividad 2.0 de los menores gallegos	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	694	85
754	La interactividad como arte	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	617	85
839	Motivaciones de uso de las redes sociales para el desarrollo del capital social de las mujeres de entorno rural	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	260	85
328	La materialidad del sonido	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	49	83
62	Una perspectiva sobre los riesgos y usos de Internet en la adolescencia	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	234	82
428	Estructura retórica del monólogo televisivo	Vol. 3, Núm. 1 (2005): Retórica	158	82
727	Antiabecedarian Desires: Odd Narratology and Digital Textuality	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	126	82
38	Redes Corporativas Inmersivas. Nuevas formas de uso de las redes sociales	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	23	81
373	La información en televisión: espectáculo y realidad manipulada.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	171	81
400	Los portales educativos como fuente de recursos materiales	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	62	81
529	Ethos y legitimación política en los discursos de asunción de la presidente argentina Cristina Fernández de Kirchner	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	219	81
613	De las libertades de Internet al tráfico: evolución del debate en torno a la neutralidad de la red	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	138	81
860	La promoción del uso de la información de la salud y las tecnologías de la comunicación en España: un nuevo enfoque basado en la TIC-H	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	244	81
413	Efecto del uso de videojuegos en niños adolescentes en España y USA	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	162	80
347	Los vínculos entre la información y el poder en la	Vol. 7, Núm. 1 (2009):	89	79

sociedad actual	Nativos Digitales		
368 Bibliografía sobre teatro y nuevas tecnologías: Formas de representación en la era digital	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	82	78
410 Aprendizaje hipermedia	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	84	78
748 La comunicación no verbal puede ser un activo para quien necesite ejercer un liderazgo	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	664	78
316 Conectando valores: las nuevas estrategias de la comunicación on-line en el tercer sector	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	17	77
324 Desarrollo de un modelo de predicción de la eficacia para la publicidad social	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	87	77
742 Estrategia de comunicación para la inserción laboral en Facebook. Grupos de empleo.	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	619	77
353 El léxico del protocolo	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	153	76
379 Museografía, diseño y videoarte: Propuesta de catalogación en línea	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	141	76
462 Imágenes mentales II Qué hay detrás de una imagen	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	108	76
355 El estado actual del protocolo a nivel jurídico y profesional	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	267	74
198 Análisis del uso de las redes sociales en Internet: Facebook y Twitter en las Universidades españolas	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	440	73
236 El cuerpo femenino en la publicidad. Modelos publicitarios: entre la belleza real, la esbeltez o la anorexia	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	619	73
358 Análisis de la puesta en imagen del teledrama	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	30	73
329 Interfaces habladas	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	31	72
783 Efectos de Internet y las redes sociales en los corresponsales de guerra españoles	Vol. 13, Núm. 2 (2015): Comunicación y Redes sociales	209	72
471 Modelo hipermedia creador (HC)	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	14	70
304 El uso de los blogs entre los profesores de periodismo en España	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	111	69
556 Tendencias de la Comunicación del Tercer Sector en la web 2.0: Análisis retórico de los tropos	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	251	69
422 Innovación y marketing deportivo: La creatividad	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	263	68
287 La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	285	67
360 La documentación audiovisual del espectáculo: El ejemplo de Eduardo De Filippo	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	23	67
425 El éxito de "customizarse". La creación de la identidad del individuo desde las revistas españolas para adolescentes	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	19	67

411	Comunicación y educación. Un balance cualitativo	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	107	66
263	Aspectos epistemológicos y metodológicos de la comunicación empresarial e institucional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	329	65
312	La construcción sexista de la imagen en los medios televisivos	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	62	65
345	La crisis económica, reveladora del incumplimiento de la responsabilidad social	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	29	65
348	La comunicación empresarial en Internet	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	165	65
625	El poder de las redes sociales: la "mano invisible" del framing noticioso. El caso de #LadyProfeco.	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	827	65
183	Marketing Mobile. La importancia del modo de recepción de los mensajes publicitarios	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	90	64
517	La radio en Facebook: análisis de los perfiles de las principales emisoras y programas radiofónicos en España	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	113	63
659	Diseño, imagen y comunicación de productos de lujo. Estudio arquetípico de los atributos esenciales para su identificación	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	268	63
741	Inbound Marketing en LinkedIn para la gestión de marca	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	701	63
403	Cuestiones en torno al poderoso efecto de los videojuegos violentos: del neoconductismo a la cognición social	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	149	62
407	Análisis y significación de los elementos icónicos presentes en las carátulas	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	221	62
306	Adaptación al EEES del Título de Grado en Comunicación	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	34	61
331	El Mare Nostrum digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	58	61
490	Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	125	61
713	NO-DO: Archivo y secuestro de la imaginación	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	584	61
755	A new challenge for advertising on mobile devices: Social TV	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	623	61
285	Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	254	60
363	¿Representar o simular? Esa es la pregunta, los límites de la representación	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	32	59

371	La nueva directiva europea sobre los medios audiovisuales remueve el mapa de la televisión.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	52	59
383	Los medios de comunicación y los códigos de la UNESCO	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	48	59
548	Retórica clásica y redes on line: dos realidades convergentes y análogas. Perspectivas y prospectivas de 9 expertos en Comunicación	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	61	59
631	Formatos con texto, imagen y sonido en campañas de comunicación persuasiva móvil	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	142	59
440	La construcción de personajes en el videojuego SIMS 2	Vol. 2, Núm. 2 (2004): Videojuegos	45	58
725	¿Hacia dónde caminan nuestros museos? Futuros pasos para el siglo XXI	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	109	58
558	Influencia de la retórica musical de Los Beatles en los "jingles" y en la publicidad	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	425	57
695	Análisis y evaluación de la generación de iconos mentales en personas invidentes a partir de la percepción virtual táctil utilizando realidad virtual y sistemas hápticos	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	281	57
591	Prensa en el Smartphone	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	305	56
28	Realidad virtual: Un medio de comunicación de contenidos. Aplicación como herramienta educativa y factores de diseño e implantación en museos y espacios públicos	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	428	55
337	La próxima Next-Gen	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	46	55
31	Utopías y distopías de los medios digitales para la educación	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	93	54
333	Internet como espacio de adquisición de competencias	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	29	54
392	Del juego antiguo al juego de computadora. Papel histórico del juego en el desarrollo de la tecnología digital.	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	47	54
283	Los nuevos canales audiovisuales basados en web: rtve.es	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	135	52
456	El museo: Espacio creativo	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	101	52
226	El mercado mediático de la belleza. Estudio de la estructura de ingresos en revistas femeninas de alta gama	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	71	51
280	Los videojuegos online en Latinoamérica. Impacto en las redes sociales y de consumo	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	132	51
415	Cuestiones asociadas a la propuesta de catalogación en línea. La construcción, distribución y recepción del audiovisual en el entorno multimedia.	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	20	51
461	Imágenes mentales I. Los estímulos visuales y auditivos	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	477	51
473	Hacia la comunicación 2.0. El uso de las redes sociales por parte de las universidades españolas	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	214	51
609	Uso y utilidad de la publicidad móvil por las Pequeñas y Medianas Empresas	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	347	51

134	Discursos de la sexualidad en el cine. Presentación	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	273	50
596	El periodismo holandés en la era digital	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	59	50
743	Exploración de nuevos soportes digitales. Tadvertising como oportunidad para la creatividad publicitaria.	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	619	50
26	Estrategias para el desarrollo de contenido educativo 3D: Producción de animaciones modeladas por ordenador utilizando software libre	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	190	49
118	Empujados hacia la muerte. Guiones trágicos para los hombres que aman a otros hombres.	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	162	49
710	El vídeo musical interactivo, nuevas prácticas de representación músico-visual en la Red	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	201	48
208	Perfiles de adolescentes on line y su comportamiento en el medio interactivo	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	87	47
230	Trastornos del comportamiento alimentario en Internet. De la blogosfera a las redes sociales	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	93	47
297	Mujeres 2.0. Una visión sobre el consumo de Internet de la mujer de hoy	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	56	47
351	La importancia de la comunicación no verbal en la configuración de la imagen corporativa	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	143	47
437	Enajenación de la experiencia del tiempo ante la pantalla del videojuego	Vol. 2, Núm. 2 (2004): Videojuegos	35	47
459	Posibilidades creativas de la imagen. Inteligencia y creatividad	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	44	47
707	Redefiniendo el videoarte: orígenes, límites y trayectorias de una hibridación en el panorama de la creación audiovisual española contemporánea.	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	237	47
657	Reseña: Fundamentos de la eficacia publicitaria y retorno de la inversión	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	52	46
670	El pensamiento abductivo como fundamento ontológico de los videojuegos	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	420	46
408	Iconografía musical infantil	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	20	45
416	Los valores sociales de la creatividad publicitaria	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	51	44
487	Comunicación y educación Inmersivas. Presentación.	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	52	44
30	Metaversos y educación: Second Life como plataforma educativa	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	117	43
59	Sexo, poder y cine: Relaciones de poder y representaciones sexuales en los nuevos relatos pornográficos	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	157	43
231	La imagen del 'sueño americano': estética y modelos de belleza de la sociedad americana a través de 'Mad Men'	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	165	43
393	Aprendizaje de las reglas del Fútbol a través del videojuego.	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	94	43

566	De la exclusión a la heteronomía. Inmigrantes en la ficción televisiva Aída	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	57	43
193	Aproximación Bibliométrica del Desarrollo e Impacto de la Investigación Internacional en Alfabetización Audiovisual (1960-2011)	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	70	42
272	Proceso creativo y ready-made en la publicidad	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	122	42
493	Publicidad social. Presentación.	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	17	42
568	La segunda pantalla televisiva: la aplicación Ant 3.0 de Antena 3	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	153	42
235	El recuerdo espontáneo de la publicidad de "culto al cuerpo" en población joven	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	212	41
282	Creación colectiva audiovisual y cultura colaborativa online. Proyectos y estrategias	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	146	41
401	Convergencia multimedia y educación. Aplicaciones y estrategias de colaboración en la Red	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	32	41
655	La mirada interactiva. De la gráfica de la interacción impresa a la edición de contenidos	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	150	41
650	La iluminación en el videojuego. Aproximación a las claves que guían las interacciones del jugador en los entornos tridimensionales lúdicos.	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	224	40
105	Performance drag y parodia en Tacones lejanos. Una lectura queer.	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	165	39
228	Historia mediática de la anorexia. La construcción inicial del problema a finales de los 90	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	88	39
478	La Literatura en el Media Art: Instalaciones interactivas y experiencias multisensoriales	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	1304	39
597	The Joe Rogan Experience: la revolución podcast	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	54	39
637	La cabecera como signo de identidad del producto periódico: una aproximación teórico-práctica a los rótulos de la prensa diaria española en 2013	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	559	38
204	La implicación del usuario en la producción publicitaria. Una reflexión sobre la publicidad espontánea generada por los usuarios/consumidores	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	87	37
705	Agencia, materialidad y documentación del arte de los medios	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	97	37
719	La apropiación audiovisual y la autoproducción. Entre una práctica artística y una táctica cultural	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	66	37
734	Presentación Monográfico Media Art	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	123	37
281	La publicidad en las redes sociales. De lo intrusivo a lo consentido	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	125	36
494	Nativos digitales. Presentación.	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	54	36
523	Presentación: El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	76	36

666	El neuromarketing: Una nueva disciplina para la investigación de audiencias y de la opinión pública	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	172	36
299	Innovación, ciencia y cultura popular. Resultados de una investigación sobre los contenidos de la televisión en el mundo	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	47	35
349	Estudio sobre el uso de las nuevas tecnologías en comunicación institucional	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	138	35
40	El sonido envolvente en entornos audiovisuales inmersivos. Propuestas en el ámbito educativo	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	77	34
103	El destape del cartel de cine español. La nueva libertad sexual en la transición española	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	154	34
256	Evolución social de las relaciones públicas en el Perú. Contexto académico y profesional de la comunicación organizacional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	260	34
278	Various faces of interactivity. Remarks on television	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	17	34
338	La construcción narrativa de los mundos persistentes	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	43	34
679	La condición de la imagen digital. De la iconoclastia del net.art al nuevo régimen visual del artista-semionauta.	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	111	34
689	Audiovisual en línea en la universidad española: bibliotecas y servicios especializados (una panorámica)	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	112	34
749	De 'Las meninas' a los tuits	Vol. 13, Núm. 1 (2015): Cambios tecnológicos en el contexto publicitario: Dinámicas y tendencias en investigación	581	34
110	Visibilidad y diversidad léxica en el cine español. Cuatro películas de la última década	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	111	33
179	Radio Vaticana, "La Voz del Papa en el mundo", cumple 80 años (1931-2011) Análisis del programa español	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	83	33
284	Televisión en Internet	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	101	33
446	La red permanente: Ciencia en Internet	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	10	33
50	Uso de un videojuego inmersivo 3D para el aprendizaje del español: El caso de "Lost in La Mancha"	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	85	32
57	Cinéfilos del siglo XXI. De receptores, aficionados y fans... y otros roles en la era de la web 2.0	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	135	32
93	Autor, discurso y poder: el cine de vanguardia	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	200	32
224	Semen, óvulos y úteros nómadas. Representaciones sobre mujer, maternidad y nuevas técnicas de reproducción asistida	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	28	32
341	Cuerpo punto com	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	91	32

458	Disrupción y palabras que no significan nada pero lo dicen todo	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	160	32
671	Antes del Diseño	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	66	32
726	In Forming Software: Systems, Structuralism, Demythification	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	69	32
52	Educación inmersiva: Enseñanza práctica del derecho en 3D	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	110	31
139	Por la democratización del cine: una perspectiva histórica sobre el cine digital.	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	117	31
257	La imagen pública. Un valor de comunicación	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	160	31
448	Análisis de la competencia en las páginas web de las Universidades.	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	101	31
470	Persistencia de modelos de diseño gráfico en las páginas web	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	28	31
604	Videjuegos e Información. Una aproximación a los newsgames españoles como nueva óptica informativa	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	402	31
141	El fomento del cine europeo y su comercialización. Estudio comparado de los cines español y francés	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	73	30
340	Happing: Nativos digitales al servicio de la imagen corporativa de Coca-Cola	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	52	30
409	Análisis del empleo de documentales en el área de organización de empresas. Un instrumento para acercar a los alumnos a la realidad empresarial	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	24	30
412	Proteger la infancia. Los códigos de autorregulación a debate	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	40	30
457	La matriz ficcional como estrategia creativa en la adaptación audiovisual	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	106	30
460	Homo Iconicus	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	42	30
468	Emociones. Notas sobre sus iconos	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	28	30
528	Nuevas estrategias retóricas en la sociedad de la neopublicidad	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	264	30
70	La creación de un cortometraje como metáfora de la educación mediática	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	114	29
117	La utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su impacto en la actividad promocional. Un estudio sobre los conceptos de eficacia y eficiencia.	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	49	29
138	La exhibición cinematográfica en el contexto ibérico. Tendencias actuales y futuras	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	89	29
153	De Homero a Laidlaw. La digitalización recupera la participación en la obra narrativa	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	17	29

541	Modelo de relaciones retóricas para la integración de la imagen y el texto	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	80	29
627	La hiperfragmentación informativa en el Diseño Periodístico Impreso: propuesta metodológica y análisis de repercusiones cognitivas	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	163	29
17	La conceptualización de lo "queer" en ¡A mi la legión! Relecturas de la filmografía franquista	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	56	28
303	La comunicación didáctica digital en el EEES	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	90	28
370	Algunas reflexiones en torno a la Televisión Digital Terrestre	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	35	28
482	La narrativa en el videoclip "Knives Out", de Michel Gondry: un ejemplo de relato en plano secuencia.	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	170	28
575	La comunicación institucional. El caso del diario digital de la Universidade de Vigo	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	91	28
586	Los cybermedios y los móviles: una relación de desconfianza	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	261	28
239	¿Dónde quedó el 2.0? El falso concepto de la televisión 3.0	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	290	27
406	Nuevos retos en la educación del siglo XXI	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	240	27
673	Diseño de Comunicación Visual y Multimedia. Presentación	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	273	27
703	Los lentes oscuros: persecuciones de la ausencia en el media art.	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	86	27
171	La comprensión y retención del mensaje informativo por la audiencia de televisión.	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	259	26
271	La distopía de las relaciones personales	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	139	26
356	Teatro, comunicación y nuevas tecnologías	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	46	26
496	El discurso político del Cómic sobre el pasado nacional. Tres lecturas del Siglo de Oro.	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	53	26
211	La competencia mediática en personas mayores. Propuesta de un instrumento de evaluación	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	133	25
216	La (des)conexión mujeres y naturaleza: Propuestas eco y/o ciber-feministas	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	78	25
242	El ciberactivismo, nuevo modelo de Relaciones Públicas en las ONGs	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	121	25
261	Es imposible no comunicar	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	109	25
277	Interactividad. Revisión conceptual y contextual	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	148	25
311	Historia de España para estudiantes de grado de periodismo: aprendizaje integrado de contenidos y lenguas	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el	58	25

EEES				
438	Análisis de la participación del lectoautor en la construcción del videojuego	Vol. 2, Núm. 2 (2004): Videojuegos	59	25
660	Colonialismo digital, atención y lectura en tiempos de cambio	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	98	25
682	Roads to Recursion. Some historiographical remarks on a core category of Media Art	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	164	25
708	Tocar a través del cuadro: una genealogía del interfaz como metáfora de control en el espacio del arte, el cine y los videojuegos	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	128	25
255	Los medios digitales y su necesaria relación con la comunicación empresarial e institucional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	96	24
511	Estrategias de gestión de la información para cubrir necesidades laborales especializadas	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	97	24
723	El ingenio como clave de éxito en el actual sector de la comunicación corporativa	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	179	24
44	Peli, Luci, Bom... transgresión sexual y cultura popular	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	92	23
423	La asimetría cerebral. Pautas y ritmo en los procesos creativos	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	126	23
507	Entrevistas en Second Life: Comunicación y Educación Inmersivas	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	57	23
513	Retórica de la historia. Un desafío al exceso de las nuevas tecnologías.	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	47	23
185	Cambios y tendencias de la publicidad a nivel mediático. Más con menos	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	76	22
192	Frecuencia y punto de vista: procedimientos narrativos para estructurar el relato	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	126	22
268	Evaluación del desempeño del docente de la unidad educativa Prof. Fernando Ramírez	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	250	22
291	Dispositivos móviles y servicios web. Características sociales y comunicativas de su convergencia	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	204	22
491	La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación. Presentación.	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	33	22
150	La influencia de la Postmodernidad en Orgullo y Prejuicio (1813): Persiguiendo a Jane Austen (2008), Dan Zeff.	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	299	21
241	En busca del "Auleph". Aproximación a los entornos digitales para la gestión del aprendizaje	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	30	21
21	Género y programación televisiva: el caso de Nitro y Nova	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	32	20
56	Sexualidad violenta en el cine de Kim Ki-duk	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	135	20
137	Cine virtual y "presencialidad" teatral: El cine electrónico de Coppola y sus imbricaciones en la consolidación del género(Peter Jackson).	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos	147	20

		comunicativos globales		
144	El cine exhibe ópera: el público y el futuro mediático de las artes	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	52	20
222	Digital Corp(s). Identidad y ciberespacio	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	16	20
290	El escaparate online de la empresa. Un nuevo espacio para la comunicación corporativa	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	245	20
334	Nativos digitales, ciudadanos europeos	Vol. 7, Núm. 1 (2009): Nativos Digitales	206	20
367	Dikadoa (Una ópera para Philip Glass)	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	15	20
391	La eficacia de los juegos de empresas en el ámbito de la dirección de empresas: Análisis de la experiencia con el ESIC Business Marketing Game.	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	62	20
419	La letra con arte entra. El modelo mental "vanguardista" en los alumnos de diseño, tipografía y publicidad	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	28	20
711	El barrio y la comunidad vecinal como interfaz: Arte, tecnología y acción social	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	124	20
163	Three Neoclassicisms. Exploring the Possibilities of a Comparative Average Shot Length Through Clint Eastwood, Brian De Palma and Woody Allen	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	49	19
238	Los ojos femeninos en la publicidad audiovisual	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	131	19
253	La grounded theory y la investigación cualitativa en comunicación y marketing	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	68	19
414	El relato corto en el cine. Literatura en 3-D: 'Memento' de Christopher Nolan (2000)	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	19	19
443	Semiótica de la vigilancia	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	17	19
463	Creatividad icónica. Modelos, ideas y actos.	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	26	19
571	La retórica y el análisis de la tecnología y de la sociedad actuales. Presentación.	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	68	19
227	De la casa de muñecas al gloss. La irrupción de la industria de la belleza en la cultura mediática infantil	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	83	18
302	Renovación, innovación y TIC en el EEES	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	58	18
313	Imaginario colectivo musical. Convenciones en el proceso de interpretación del sentido de la música	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	82	18
357	Atraco a las tres (1962): Actualización cinematográfica y versión teatral	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	91	18
641	Reseña: Ciudades europeas en el cine	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	34	18
709	Interactive Media Art: the Institution Tells a Story. The Center for Art and Media Karlsruhe	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	75	18

22	Variables e impacto persuasivo del overlapping o encabalgamiento audiovisual	Vol. 9, Núm. 2 (2011): Comunicación y Educación inmersiva	507	17
107	Timeline y música audiovisual: arquitectura musical de las construcciones cinematográficas	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	42	17
136	Suspense, culpa y cintas de vídeo. Caché/Escondido de Michael Haneke	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	57	17
250	Transparencia y dignidad. La comunicación financiera socialmente responsable	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	55	17
417	Vayamos por partes... dijo Jack el Destripador	Vol. 3, Núm. 2 (2005): Creatividad	26	17
452	Ruedas cuadradas: Introducción al análisis de la falsa creatividad	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	50	17
467	Iconos hipermedia: La llave interactiva	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	73	17
508	Efectos persuasivos de la alteración del desenlace del largometraje "Laberinto de Mentiras"	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	40	17
684	El cine y el vídeo en las instituciones museísticas españolas. Conflicto de catalogación y presentación.	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	52	17
718	On New Media Art, Its Development and Achievement in China	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	82	17
214	Gizmpolitan. O cómo reconciliar la femineidad y los videojuegos	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	46	16
220	Marina Núñez o la construcción de un ciborg. Un discurso multimedia entre la utopía y la distopía	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	111	16
221	Género y tecnología. Capacitación para el activismo de las mujeres	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	24	16
233	Publicidad de productos de alimentación y productos vigoréxicos. ¿Una cuestión de límite?	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	88	16
247	Qué pasa en España con las marcas y la publicidad en el ámbito de la comunicación institucional	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	170	16
466	El icófono musical como portador publicitario	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	25	16
146	El simbolismo tipográfico en los nuevos dispositivos móviles: hacia la reconciliación de letras y pantallas	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	83	15
167	El lenguaje visual de anís del mono como código pictórico en el arte del Siglo XX	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	92	15
296	Medios de comunicación y discapacidad. Entre la accesibilidad y la interactividad	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	219	15
310	Innovación en los posgrados empresariales. Estudio y validación de un modelo basado en competencias	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	9	15
469	Comunicación y recepción de la Imagen en la prensa decimonónica. El apoyo iconográfico en la prensa española del siglo XIX.	Vol. 1, Núm. 1 (2003): Iconos	32	15
474	El viaje y sus relatos. Una aproximación a la construcción de la imagen de la ciudad histórica	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	39	15

518	Deliberative Democracy, Active Citizenship and Critical Culture: From Aristotle's Rhetoric to Contemporary Political Philosophy	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	29	15
89	Impulso destructor: (S)Experiencia perversa	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	42	14
184	La alfabetización mediática a debate. Planteamiento didáctico de una dinámica de grupo en el ámbito universitario	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	74	14
218	Potencial de la web y sus redes sociales como herramienta de comunicación en la contemporaneidad	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	17	14
223	Comunicación audiovisual y mujer. Evolución de los nuevos formatos en las campañas publicitarias de violencia de género	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	53	14
265	Los políticos como enemigos. Gestión de los "external affairs" y de las "government relations"	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	17	14
267	El personaje público y los arquetipos. Un estudio narrativo de los líderes políticos en las elecciones europeas de 2009 en España	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	64	14
301	La reconversión de la formación en comunicación desde el EEES	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	21	14
369	El mundo del teatro en Internet	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	14	14
374	La hegemonía creativa de la industria de la televisión	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	59	14
455	Creatividad y dramaturgia audiovisual en televisión: Un problema de método	Vol. 1, Núm. 2 (2003): Creatividad	36	14
45	La técnica confesional como recurso narrativo. La transición y el cine "s" de Ignacio F. Iquino	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	137	13
109	Modelos de masculinidad en el cine de la Transición: José Sacristán	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	1324	13
160	Evolución del modelo de financiación de Radio 5. Del Estatuto de Radio y Televisión de 1980 a la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	50	13
225	De un modelo de comunicación one-to-many a un modelo one-to-one	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	89	13
266	Economía de los contenidos online: periódicos online y ebooks	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	37	13
273	La reconversión tecnológica y sus efectos sobre la estructura de los medios audiovisuales en la era digital	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	48	13
294	Metalenguaje interactivo. Herramientas en la red para los nativos digitales	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	53	13
354	Las webs de las comunidades autónomas: Imagen corporativa y servicios	Vol. 6, Núm. 2 (2008): Protocolo y Comunicación Empresarial	21	13
387	De cómo la realidad puede tomar parte en juegos emergentes	Vol. 4, Núm. 2 (2006): Videojuegos: Aplicaciones sociales y educativas	44	13
504	Literatura: Relatos y Tecnología. Presentación.	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	77	13

691	El cine de Irán desde el ámbito académico español	Vol. 12, Núm. 1 (2014): Diseño de comunicación visual y multimedia	73	13
714	Decidophobia – an Artistic Research on the Possibilities of Immersive Environments	Vol. 12, Núm. 2 (2014): Media Art: Arte, Ciencia y Tecnología	201	13
135	Confianza en la marca periodística y adopción de la prensa on-line	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	15	12
215	Nuevos contenidos educativos en las televisiones regionales: el proyecto de Canal Sur Televisión	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	54	12
232	De la prensa femenina a los periódicos. De la cosmética a la cosmética masculina. Primero ellas. Ahora ellas y ellos	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	76	12
243	Una historia de la comunicación de crisis en España	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	164	12
276	Pymes: publicidad en medios sociales y la figura del community manager. Entrevista a Selva Orejón	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	42	12
286	El papel del telespectador en los medios audiovisuales	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	42	12
307	Bolonia en los medios de comunicación. Proyección en el aula	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	9	12
330	Sonido espacial para una inmersión audiovisual de alto realismo	Vol. 7, Núm. 2 (2009): Publicidad Social	33	12
486	El cine ante las transformaciones y los flujos comunicativos globales	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	25	12
514	Tippexperience: el ornato como fuente creativa para la construcción de formatos publicitarios innovadores en YouTube.	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	192	12
240	La televisión móvil: el estado de la cuestión	Vol. 8, Núm. 3 (2010): Comunicación y Sociedad: De la anorexia y vigorexia	45	10
258	Las pymes y su imprescindible necesidad de comunicación. El caso de las unidades operativas en régimen de franquicia	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	33	10
275	Social media, publicidad y empresa. Entrevista a Antonio Fumero	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	65	10
300	Los estudios de periodismo y el EEES: ¿Avance o retroceso?	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	107	10
381	Nuevos actores sociales en el escenario audiovisual	Vol. 5, Núm. 1 (2007): Radio y TV al Servicio de la Sociedad	21	10
509	La e-migración: un nuevo espacio para pensar la retórica de la integración en las políticas migratorias	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	27	10
251	Canales web en ciencias de la comunicación. Producción multimedia para la docencia e investigación en Documentación informativa	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	65	9

259	Notoriedad de la comunicación institucional a través de la diplomacia	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	25	9
270	El papel del asociacionismo audiovisual tras la LGCA. Las asociaciones de usuarios de los medios como agentes de la alfabetización mediática	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	71	9
309	Cambios en la estrategia didáctica de empresa de comunicación. De la clase magistral a la pregunta socrática	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	9	9
366	Entrevista a Antonio Álamo: Dramaturgo y director del teatro Lope De Vega	Vol. 6, Núm. 1 (2008): Teatro, Comunicación y Nuevas Tecnologías	35	9
100	Fuck el vals: la contingencia sin ley del deseo en Eyes Wide Shut	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	63	8
143	La 'X' marca el lugar. La condición transnacional del documental en el siglo XXI	Vol. 10, Núm. 1 (2012): El cine ante las transformaciones tecnológicas y los flujos comunicativos globales	23	8
246	Necesidades comunicativas de los grupos multimedia para el desarrollo y la formación de sus trabajadores en la era de la televisión digital	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	36	8
269	La digitalización del museo del prado. Una sede web convertida en una peculiar galería de arte	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	36	8
274	Competencias profesionales y empleo en el futuro periodista: el caso de los estudiantes de periodismo de la Universidad San Pablo CEU	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	89	8
289	La comunicación de los lobbies en internet	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	39	8
447	Elementos de comunicación para una web en situaciones de crisis.	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	22	8
554	Cine y política en Alain Badiou: el poder retórico del cine al servicio de la trasmisión de la idea política el presente.	Vol. 11, Núm. 1 (2013): Retórica, Tecnología y Sociedad	37	8
202	Europa a nuestra medida: la alfabetización electoral de los ciudadanos españoles a través de la televisión	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	86	7
254	Comunicación financiera. Camino al andar	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	27	7
402	Weblog: ¿sustituto o complemento del foro educativo?	Vol. 4, Núm. 1 (2006): Educación y nuevos medios	90	7
195	Ciudadanía y competencia audiovisual en La Rioja: Panorama actual en la tercera edad	Vol. 10, Núm. 3 (2012): El reto de la competencia mediática de la ciudadanía	35	6
260	Influencia del microsite en la imagen de marca a través de experiencias significativas	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	30	6
298	El modelo ideal de interactividad es la conversación. Entrevista a José Luis Orihuela	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	103	6
308	La adecuación de la docencia de la radio y televisión a los postulados de Bolonia	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	16	6

488	Mujeres y Tecnología. Presentación.	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	24	6
219	Estéticas migratorias: Conexiones entre el videoarte y la diáspora femenina. El caso de las artistas españolas y residentes en España	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	33	5
244	La empresa hoy. Agente de cultura y civilización	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	48	5
288	Interactividad de la fotografía periodística en el escenario de los mass media de la Unión Europea	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	19	5
293	Lectores dinámicos ante textos interactivos	Vol. 8, Núm. 1 (2010): La interactividad a través del caleidoscopio de la Comunicación	32	5
621	Presentación	Vol. 11, Núm. 2 (2013): Tecnologías Emergentes y Periodismo	19	5
262	Comunicación institucional en una organización regional. Federación Regional de Municipios y Provincias de Castilla y León	Vol. 8, Núm. 2 (2010): Nuevos tiempos para la comunicación empresarial e institucional	26	4
305	Revisión legal a las nuevas herramientas docentes: La creación de ciberdiarios en las clases de periodismo	Vol. 7, Núm. 3 (2009): El proceso de reconversión de la comunicación en el EEES	7	4
449	Entrevista a Mikel Lejarza	Vol. 2, Núm. 1 (2004): Internet	31	4
503	Lectura y escritura con herramientas basadas en anotación de textos digitalizados.	Vol. 10, Núm. 2 (2012): Literatura: relatos y tecnología	26	4
104	Muestras del conflicto heterosexual en cine iraní	Vol. 9, Núm. 3 (2011): Discursos de la sexualidad en el Cine	22	3
217	La cuarta ventana: Transformando el hogar. Arte feminista y sus intervenciones en el ciberespacio	Vol. 9, Núm. 1 (2011): Mujeres y tecnología	13	3