

	<u>Página</u>
Summary	3-4
SIDORENKO BAUTISTA, Pavel; HERRANZ DE LA CASA, José M. Un hashtag en defensa de la empresa. Nueva dimensión de la comunicación corporativa: Estudio de la estrategia digital de los empleados de Empresas Polar frente a la confrontación con el Gobierno	5-24
ORRANTIA HERRÁN, Andoni La convergencia de redacciones en la Cadena SER. La producción y distribución de contenidos informativos para la antena, la web y Twitter durante la noche electoral del 24 de mayo de 2015	25-49
MARTÍN SÁNCHEZ-BALLESTEROS, Esther; BLANCO ALFONSO, Ignacio Adaptación de la prensa especializada en música clásica a Internet	51-78
GARCÍA DE MADARIAGA, José M^a; BROULLÓN, Manuel A.; LAMUEDRA, María La televisión pública ante los desafíos de la convergencia digital: percepciones de la audiencia y de profesionales de TVE	79-99
FERNÁNDEZ LOMBAO, Tania; VÁZQUEZ SANDE, Pablo Twitter: ¿Cómo actúan los directores de los principales diarios de España en esta red social?	101-123

LÓPEZ HIDALGO, A.; FERNÁNDEZ BARRERO, A. Retos para la consolidación del reportaje inmersivo. Estudio de caso de las experiencias pioneras en España de <i>El Mundo</i> y <i>El País</i>	125-140
DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldobika Manuel Aznar Zubigarayren kazetari-lana: <i>Euzkadi</i> (1913-1918)	141-173
MENDIGUREN GALDOSPÍN, Terese; MESO AYERDI, Koldobika Lineako marketina merkataritzako estrategia gisa: enpre- sen sare sozialen kudeatzailea	175-189
PEÑA FERNÁNDEZ, Simón; RIVERO SANTAMARINA, Diana; LARRONDO URETA, Ainara; AGIRREAZKUENA ONAINDIA, Irati El diálogo de los partidos políticos vascos con los medios y las audiencias. El caso de las elecciones europeas 2014	191-211
PEÑA FERNÁNDEZ, Simón; LAZKANO ARRILLAGA, Iñaki; PÉREZ DASILVA, Jesús A. Hedabideak eta ekintzailatza unibertsitate ikasketetan	213-224
RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, M^a del Mar; MARAURI CASTILLO, Iñigo; PÉREZ DASILVA, Jesús A. Itzultzaile automatikoak euskaraz, bilakaera eta prestazioak	225-242
Analytic Summary	243-247

SIDORENKO BAUTISTA, Pavel; HERRANZ DE LA CASA, José M.

A hashtag in defense of the company. New dimension of corporate communication: Case study of the digital strategy of Empresas Polar employees against the government confrontation (Orig. es)

5-24

ORRANTIA HERRÁN, Andoni

The newsrooms convergence. The case of Cadena SER. The production and distribution of the news content for the antenna, web and Twitter during the election night for May 24, 2015 (Orig. es)

25-49

MARTÍN SÁNCHEZ-BALLESTEROS, Esther; BLANCO ALFONSO, Ignacio

Adaptation process of classical music press into Internet (Orig. es)

51-78

GARCÍA DE MADARIAGA, José M^a; BROULLÓN, Manuel A.; LAMUEDRA, María

Public television faced with the challenges of digital convergence: perceptions of audience and TVE professionals (Orig. es)

79-99

FERNÁNDEZ LOMBAO, Tania; VÁZQUEZ SANDE, Pablo

Twitter: How do the directors of major newspapers in Spain on this social network? (Orig. es)

101-123

LÓPEZ HIDALGO, A.; FERNÁNDEZ BARRERO, A. Challenges for immersive report's consolidation. Case study about pioneering experiences in Spain of <i>El Mundo</i> and <i>El País</i> (Orig. es)	125-140
DÍAZ NOCI, Javier; MESO AYERDI, Koldobika Manuel Aznar Zubigaray's journalistic work: <i>Euzkadi</i> , 1913-1918 (Orig. eu)	141-173
MENDIGUREN GALDOSPÍN, Terese; MESO AYERDI, Koldobika Social networks as a marketing strategy: the companies' community manager (Orig. eu)	175-189
PEÑA FERNÁNDEZ, Simón; RIVERO SANTAMARINA, Diana; LARRONDO URETA, Ainara; AGIRREAZKUENA ONAINDIA, Irati The dialogue of the Basque parties with the media and the audiences. The case of the 2014 European Elections (Orig. es)	191-211
PEÑA FERNÁNDEZ, Simón; LAZKANO ARRILLAGA, Iñaki; PÉREZ DASILVA, Jesús A. Media and Entrepreneurship in University Studies (Orig. eu)	213-224
RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, M^a del Mar; MARAURI CASTILLO, Iñigo; PÉREZ DASILVA, Jesús A. Automatic translators in Basque, evolution and performance (Orig. eu)	225-242
Analytic Summary	243-247