

Sumario

Presentación	5
Editorial	
Sobre la muerte y resurrección de la publicidad	9
José Luis León Saez de Ybarra	
Nuevos Soportes y mercados de la publicidad digital. Transiciones y experiencias	17
David Caldevilla	
Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales	31
Francesco Screti	
«Con <i>ceta</i> de <i>zetapero</i> »: análisis semiótico de la imagen de marca de José Luis Rodríguez Zapatero para las elecciones generales españolas del 9 de marzo de 2008.....	49
Alejandro Tapia Frade – Matías López Iglesias – Pablo González Posada Vaticón	
Publicidad <i>in-Game</i> . Los videojuegos como soporte publicitario.....	73
Juan Rey	
Sobre la <i>reason why</i> , los <i>topoi</i> y la argumentación. Una relectura (comparada) de los clásicos de la publicidad y la retórica	89
Antonio Caro	
Una fase decisiva en la evolución de la publicidad: la transición del producto a la marca	109
Alejandra V. Ojeda	
Del <i>reclame</i> a la Publicidad. La transición hacia la modernidad publicitaria en la prensa periódica argentina entre 1862 y 1885.....	133
Lidia Pellicer García	
Análisis semiótico-lingüístico del discurso de la marca moderna (I). El caso de <i>Moviline</i> en España	149
Luisa Moreno Cardenal	
Análisis de la campaña de <i>H&M Primavera 2009</i> . La casa laberinto.	167
Carola García Calderón	
Publicidad y vida cotidiana. La participación de la publicidad en la conformación de la vida cotidiana	179
Alejandra Val Cubero	
Publicidad y Clase Media en la India de los noventa: entre la tradición y la modernidad	197
Joan Costa	
<i>Al hilo de la actualidad</i> .	
Tabletas iPad de 5.300 años de edad.....	209
Reseñas	215