
Gestión de la comunicación. Damián Fernández Pedemonte y Marcial Murciano	3
Gestión de la participación de los usuarios: control de las herramientas 2.0 de la versión en línea de los diarios de mayor tirada en Argentina. Roberto Igarza, Ariel Neuman y Diana Bochenski	5
La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el mapa de medios de Argentina: efectos sobre la estructura de la propiedad. Ethel Pis Diez	29
Empresas informativas, rentabilidad económica y prácticas periodísticas: el caso de la publicidad institucional en los diarios del norte de Argentina. César Arrueta	43
La audiencia como público: hacia una gestión de los nuevos usos sociales de la información. Damián Fernández Pedemonte	61
Conflictividad y conflictos en el escenario público argentino. Estado, empresas, organizaciones y vecinos «al borde de un ataque de nervios». Luciano H. Elizalde	79
La estrategia de identidad de la marca. Quién es, qué dice y cómo habla. Carlos Ávalos	99
Reseñas	115
Publicaciones recibidas	119
Normas editoriales	121

Management of communication. Damián Fernández Pedemonte & Marcial Murciano	3
Management of user's participation: control of tools 2.0 in online version of major circulation newspapers in Argentine. Roberto Igarza, Ariel Neuman y Diana Bochenski	5
The Law on Audiovisual Communication Services on the map of media in Argentine: effects on ownership structure. Ethel Pis Diez	29
News companies, profitability and journalistic practices: case study of government advertising in top-reference newspapers from north of Argentine. César Arrueta	43
The audience as public: towards new management of social uses of information. Damián Fernández Pedemonte	61
Confliction and conflicts in argentinean public stage. Companies, organizations, state, and neighbors «on the verge of nervous break- down». Luciano H. Elizalde	79
The strategy of brand identity. Who is, what it says and how it talks. Carlos Ávalos	99
Reviews	115
New literature	119
Author's notes	121
