

# Carmen Costa-Sánchez

## List of Publications by Year in descending order

Source: <https://exaly.com/author-pdf/1511561/publications.pdf>

Version: 2024-02-01

28  
papers

242  
citations

1307594

7  
h-index

1125743

13  
g-index

31  
all docs

31  
docs citations

31  
times ranked

161  
citing authors

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
1	Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones. Profesional De La Informacion, 2020, 29, .	2.7	76
2	Journalistic Fact-Checking of Information in Pandemic: Stakeholders, Hoaxes, and Strategies to Fight Disinformation during the COVID-19 Crisis in Spain. International Journal of Environmental Research and Public Health, 2021, 18, 1227.	2.6	34
3	What Is WhatsApp for? Developing Transmedia Skills and Informal Learning Strategies Through the Use of WhatsApp: A Case Study With Teenagers From Spain. Social Media and Society, 2020, 6, 205630512094288.	3.0	18
4	Avances y retos de la gestión de la comunicación en el siglo XXI. Procesos, necesidades y carencias en el ámbito institucional. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 2018, 24, 921-940.	0.6	14
5	Del periodismo transmedia al replicante. Cobertura informativa del contagio de COVID-19 en España por Elpais.com. Profesional De La Informacion, 2015, 24, 282.	2.7	11
6	Contenidos audiovisuales en social media. Análisis comparativo de Facebook y Youtube. Fonseca Journal of Communication, 2019, , 223-236.	0.4	11
7	Las singularidades del medio móvil: integración multimedia, personalización, geolocalización y participación. Estudio de su presencia en las apps de la prensa española. Palabra Clave, 2014, 17, 672-694.	0.3	10
8	Use of social media for health education and corporate communication of hospitals. Profesional De La Informacion, 2018, 27, 1145.	2.7	7
9	Tendencias de investigación sobre comunicación organizacional: la autora española en revistas indexadas (2014-2018). Profesional De La Informacion, 2019, 28, .	2.7	7
10	Use of YouTube for Business Communication. Analysis of the Content Management and Level of Participation of Spanish Best Reputed Companies Youtube Channels. Corporate Reputation Review, 2017, 20, 137-146.	1.7	6
11	¿Espectadores o creadores? El empleo de las tecnologías creativas por los seguidores de las series españolas. Comunicacao E Sociedade, 0, 22, 184-204.	0.0	4
12	Agencias de comunicación en España en la encrucijada digital. Prácticas, perspectivas y visión de futuro. Profesional De La Informacion, 2019, 28, .	2.7	4
13	Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes. Profesional De La Informacion, 0, , .	2.7	4
14	Prensa en la cuarta pantalla. Movilidad de la información del papel al bolsillo. Profesional De La Informacion, 2010, 19, 632-636.	2.7	3
15	Dispositivos móviles: el nuevo reto para la industria de la prensa y del libro en España. Palabra Clave, 2016, 19, 526-555.	0.3	3
16	Radiografía de las agencias que ofrecen servicios externos de comunicación estratégica y relaciones públicas en regiones periféricas: el caso gallego. Palabra Clave, 2019, 22, 92-116.	0.3	3
17	Transmedia or repurposing journalism? News brands in the era of convergence. Compared study of Greek elections coverage by El País (ES), The Guardian (UK), La Repubblica (IT), and Público (PT). Journalism, 2020, 21, 1300-1319.	2.7	2
18	Corporate Communication and Social Media. Spanish Companies' Communicative Activity Index on the Audiovisual Social Networks. Advances in Intelligent Systems and Computing, 2017, , 189-194.	0.6	2

#	ARTICLE	IF	CITATIONS
19	Salas de comunicación online de las entidades bancarias en España. Entre el branded content informativo y el repositorio de notas de prensa. Profesional De La Informacion, 2017, 26, 744.	2.7	2
20	Hospitals and Web 2.0: Potentialities in social media. , 2016, , .		1
21	Normal is not normative: Public relations indicators from a Spanish secondary political and economic region. Public Relations Inquiry, 2021, 10, 197-219.	1.9	1
22	Debates electorales en los VOD de las RTV P�blicas de Europa. Revista Latina De Comunicacion Social, 2020, , 81-96.	0.7	1
23	Cap�tulo 13. Entre el periodismo multiplataforma y el transmedia. Espejo De Monograf�as De Comunicaci�n Social, 2022, , 199-211.	0.2	1
24	Audiovisual corporate communication in youtube: Spanish companies audiovisual message: Typology and degree of interactivity. , 2015, , .		0
25	Las ONGD reflejadas en el temario. Estudio comparativo de su imagen entre la etapa previa y posterior al impacto de la crisis econ�mica. Estudios Sobre El Mensaje Periodistico, 2017, 23, 375-390.	0.6	0
26	Corporate online networks and channels: Communication strategies of main European public broadcasters. , 2017, , .		0
27	Youtube for Dialogic Relationship Building? Analysis of Content Management and Level of Participation of Spanish Best Reputed Companies Youtube Channels. Advances in Intelligent Systems and Computing, 2017, , 131-140.	0.6	0
28	An�lise comparativa da gest�o da comunica�o corporativa em empresas e institui�es: o caso da Galiza. Comunicacao E Sociedade, 0, , 37-51.	0.0	0