

1. Barreda-Angeles, M., Virgós, J., Fedele, M., Pereda-Baños, A. (2020). Exploring the effects of personal information in television news. A Cognitive Approach, *Journal of Media Psychology. Theories, Methods and Applications*, vol. 32, pp. 40-45.
<https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000254>.
2. Bello, V. (2020). The role of non-state actors' cognitions in the spiralling of the securitisation of migration: prejudice, narratives and Italian CAS reception centres, *Journal of Ethnic and Migration Studies*.
<https://doi.org/10.1080/1369183X.2020.1851472>
3. Bello, V. (2020). The spiralling of the securitisation of migration in the EU: from the management of a 'crisis' to a governance of human mobility?, *Journal of Ethnic and Migration Studies*.
<https://doi.org/10.1080/1369183X.2020.1851464>
4. Blanco-González A., Miotto G., Díez-Martín F., Prado-Román C. (2020). Relationship between equality policies and moral legitimacy according to experts' perceptions, *Trípodos*, núm. 48, 103-116.
<https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.48p103-116>
5. Boquera, E., Medina, A. (2020). La evolución de la propaganda de la Generalitat de Cataluña durante la Guerra Civil, *Historia y Comunicación Social*, vol. 25, núm. 2, pp. 333-343.
<https://doi.org/10.5209/hics.70370>
6. Bria-Lahoz, C., Aran-Ramspott, S. (2020). La obra documental de Llorenç Soler como precursora de las nuevas subjetividades del cine de lo real, *AdComunica*, núm.19, pp. 83-102.
<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2020.19.6>
7. Busquet, J. (2020). El valor del treball en l'era del 'precariat': entre el valor expressiu i el valor instrumental. *Qüestions de vida cristiana*, núm. 266. pp. 35-47.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7964389>
8. Casals-Meseguer, X. (2020). De Fuerza Nueva a Vox: de la vieja a la nueva ultraderecha española (1975-2019), *Ayer*, núm. 118, pp. 365-380.
<https://revistaayer.com/anteriores/1408>
9. Casals-Meseguer, X. (2020). La influencia de Argelia en la violencia política de la transición española (1975-1982), *Dictatorships & Democracies*, núm 8, pp. 213-240.
<https://dx.doi.org/10.7238/dd.v0i8.3172>
10. Casero-Ripollés, A., Micó-Sanz, J. L., Díez-Bosch, M. (2020). Digital public sphere and geography: the influence of physical location on Twitter's political conversation, *Media and Communication*, vol. 8, núm 4, pp. 96-106.
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3145>

11. Coll-Rubio P.; Micó J. L. (2020). Relações públicas em estratégias de growth hacking na comunicação digital: os estudos de caso da Wallapop, Westwing e Fotocasa [Public relations in growth hacking strategies in digital communication: the case studies of Wallapop, Westwing and Fotocasa], *Comunicação e Sociedade*, pp. 245-257.
[https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2750](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2750)
12. Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas, *Revista de Comunicación*, vol. 19, núm 1.
<https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A5>
13. Cuenca-Fontbona, J., Matilla, K., Compte-Pujol, M. (2020). Transformación digital de las agencias de Relaciones Públicas y Comunicación españolas. *El Profesional de la Información*, vol. 29, núm 3.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.10>
14. De Blasio E., Coll-Rubio P. (2020). Communication in COVID-19 crisis, *Tripodos*, núm 47 (I), pp. 7-10.
http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/812/831
15. Díez, M., Sabaté-Gauxachs, A., Mico, J. L. (2020). Caring leadership: the alignment of organizational values and social media messaging, *Journal of Media Ethics*, vol. 35, núm 4, pp. 228-240.
<https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1819813>
16. Díez-Bosch M. (2020). La ressonància de la proposta axiomàtica cristiana en l'ethos digital, *Qüestions de vida cristiana*, núm. 267/268, pp., 73-81.
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/565559>
17. Fondevila-Gascón, J. F., Polo López, M., Gutiérrez Aragón, Ó., Vilajoana Alejandre, S. (2020). Necesidad de aplicaciones móviles especializadas en la universidad: Análisis empírico sobre opciones de ocio, *RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, núm. E26, pp. 439-447.
<http://www.risti.xyz/issues/ristie22.pdf>
18. Fondevila-Gascón, J. F., Gutiérrez-Aragón, O., Copeiro, M., Villalba-Palacin, V. , Polo-López, M. (2020). Influencia de las historias de Instagram en la atención y emoción según el género, *Comunicar*, núm 63, pp. 41-50.
<https://doi.org/10.3916/C63-2020-04>
19. Fondevila-Gascón, J. F., Polo-López, M., Rom-Rodríguez, J., Mir-Bernal, P. (2020). Social media influence on consumer behavior: the case of mobile telephony manufacturers, *Sustainability*, vol. 12, núm 4, pp. 1506.
<https://doi.org/10.3390/su12041506>

20. Fondevila-Gascon, J. F., Polo-López, M., Vilajoana-Alejandre, S., Miotto, G. (2020). Nuevas narrativas publicitarias televisivas: la interactividad y la métrica en el HbbTV, *Comunicació-Revista de recerca i d'anàlisi*, vol. 37, núm 2, pp. 77-92.
<http://dx.doi.org/10.2436/20.3008.01.197>
21. Fondevila-Gascón, J.F., Polo-López, M., Gutiérrez-Aragón, O., Rom-Rodríguez J. (2020). Movilidad e interactividad en el ámbito universitario: oportunidades para las apps, *Revista Comunicación*, vol. 1, núm 18, pp. 39-65.
<https://doi.org/10.12795/Comunicacion.2020.i18.03>
22. Fondevila-Gascón, J.F.; Vila, F.; Rom-Rodríguez J.; Perelló-Sobrepere, M. (2020). Interactividad en la prensa online. Una comparativa en diarios regionales y de referencia en Cataluña, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 26, núm 4, pp. 1421-1431.
<https://doi.org/10.5209/esmp.67033>
23. Gómez, I. (2020). El pasado es una puesta en escena: posmemoria e identidad en el documental y la ficción televisiva española actual, *Revista Letral*, núm. 23, pp. 142-167.
<https://doi.org/10.30827/rl.v0i23.9458>.
24. Kazka, L. (2020). Role of new opinion leaders on social media in political and religious polarization (Jordanian case study), *Lebanese Science Journal*, vol. 21, núm. 2, pp. 211-229.
<http://lsj.cnrs.edu.lb/wp-content/uploads/2021/03/Lana-Kazkaz.pdf>
25. Martínez Fernández, J., Pozo Montero, F., Micó-Sanz, J. L. (2020). The publication of press releases as journalistic information. Comparative study of two Spanish newspapers.[es]La publicación de comunicados de prensa como información periodística. Estudio comparativo de dos diarios españoles, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 26, núm 1, pp. 215-228.
<https://doi.org/10.5209/esmp.67301>
26. Masip P., Ruiz-Caballero C., Suau J., Puertas D. (2020). Media and Twitter agendas for social mobilizations: the case of the protests in defense of the public healthcare system in Spain, *International Journal of Communication*, vol. 14, pp. 3355-3376.
<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9022/3128>
27. Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020). Incidental exposure to non-like-minded news through social media: opposing voices in Echo-Chambers' news feeds, *Media and Communication*, vol. 8, núm. 4, pp. 53-62.
<https://doi.org/10.17645/mac.v8i4.3146>
28. Masip, P., Aran-Ramspott, S., Ruiz-Caballero, C., Suau, J., Almenar, E., Puertas-Graell, D. (2020). Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo, *El profesional de la información*, vol. 29, núm 3.

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>

29. Masip, P., Suau, J., Ruiz-Caballero, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español, *El profesional de la información*, vol. 29, núm. 5.
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>
30. Mateos, O. (2020). Silenciando las armas: condiciones para transformar la violencia armada en África, *Anuario Internacional CIDOB*, pp. 193 - 202.
https://www.cidob.org/articulos/anuario_internacional_cidob/2020/silenciando_las_armas_condiciones_para_transformar_la_violencia_armada_en_africa
31. Matilla, K. (2020). Reseña del libro Comunicación interna total, *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, vol. 10, núm. 19, pp. 247-250.
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-19-2020-13-247-250>
32. Medina Abellán, M. A. (2020). La hidropolítica y las relaciones exteriores de China en el complejo hídrico del Himalaya; los casos de Nepal e India, *Relaciones Internacionales*, núm. 45, pp. 227-250.
<https://doi.org/10.15366/relacionesinternacionales2020.45.010>
33. Micó-Sanz J.L., Díez-Bosch M., Sabaté-Gauxachs A., Israel-Turim V. (2020). Mapping global youth and religion. Big data as lens to envision a sustainable development future, *Tripodos*, núm. 48, pp. 33-52.
<https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.48p33-52>
34. Miotto G., Díez-Martín, F., Del-Castillo-Feito, C. (2020). Governance, Ethics and Accountability in Universities Strategic Plans, *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, núm. 11, pp. 209-235.
<https://raco.cat/index.php/rjjae/article/view/368663/462538>
35. Miotto G., Youn, S. (2020). The impact of fast fashion retailers' sustainable collections on corporate legitimacy: examining the mediating role of altruistic attributions, *Journal of Consumer Behaviour*, vol. 19, núm. 6, pp. 618-631.
<https://doi.org/10.1002/cb.1852>
36. Miotto, G., Blanco-González, A., Díez-Martín, F. (2020). Top business schools legitimacy quest through the Sustainable Development Goals, *Heliyon*, vol. 6, núm. 11.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05395>
37. Miotto, G., Del-Castillo-Feito, C., Blanco-González, A. (2020). Reputation and legitimacy: key factors for higher education institutions' sustained competitive advantage, *Journal of Business Research*, vol. 112, pp. 342-345.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076>

38. Ordeix, E., Payne J.G., Micó-Sanz J. L. (2020). New crossroads in managing strategic diplomacy to advocate the UN-SDGs, *Tripodos*, núm. 48, pp. 9-11.
<https://doi.org/10.51698/tripodos.2020.48p9-11>
39. Pérez Soler S., Micó Sanz J. L. (2020). Perfiles profesionales en el periodismo político local en tiempos de redes sociales, *Observatorio*, vol. 14, núm. 1, pp. 139-153.
<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1523>
40. Puentes-Rivera, I., Hernández-Martínez, S., Cuenca-Fontbona, J. (2020). Relaciones Públicas y asociacionismo académico en España: AIRP, la Asociación de investigadores en Relaciones Públicas, *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, vol. 10, núm. 20, pp. 27-46.
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-03-27-46>
41. Radigales, J. (2020). La ópera catalana del siglo XXI, *Ópera actual*, núm. 245.
<https://www.operaactual.com/reportaje/la-opera-catalana-del-siglo-xxi/>
42. Rom, J.A. (2020). The 5th Symposium grafica. The consolidation of an academic and research in graphic design convention, *Grafica*, vol. 8, núm. 15, pp. 5-7.
<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.17>
43. Rom-Rodríguez J.; Fondevila-Gascón J.F.; Polo-López M. (2020). Tendencias en formatos publicitarios en la programación televisiva, *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, núm. 2, pp. 759-771.
<https://doi.org/10.5209/esmp.66344>
44. Sáez, A. (2020). Humans, tanmateix, *Qüestions de vida cristiana*, número 267/268, pp. 119-123.
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/565559>
45. Sáez-Mateu, F. (2020). És contracultural, el cristianisme? Apunts per aclarir un equivoc, *Qüestions de vida cristiana*, número 267-268, pp. 9-16.
<https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/565559>
46. Salazar Anglada, A. (2020). Poesía mexicana contemporánea: “Diario de sueños” (2011) o la madurez poética de Homero Aridjis, *América sin nombre*, vol. 24-2, pp. 79-89. <https://doi.org/10.14198/AMESN.2020.24-2.07>
47. Sintés-Olivella, M., Casero-Ripollés, A., Yeste-Piquer, E. (2020). The inclusionary populist communication style on Facebook: the case of Ada Colau in Barcelona, *Communication & Society-Spain*, vol. 33, núm. 2, pp. 193-208.
<http://hdl.handle.net/2072/443902>
48. Sintés-Olivella, M., Xicoy-Comas, E., Yeste-Piquer, E. (2020). Blockchain al servicio del periodismo de calidad: el caso Civil, *El profesional de la información*, vol. 29, núm. 5, pp. 1-10

<https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.22>

49. Vélez-Ochoa C. I.; Rom Rodríguez J. A.; Muñoz-Sánchez O. (2020). The director of advertising art and the competences of the visual context with artistic variables [El director de arte publicitario y las competencias del contexto visual con variables artísticas], *Gráfica*, vol. 8, núm. 16, pp. 29-36.

<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v9-n17-velez-munoz/189-pdf-es>

50. Villacampa Morales, E., Aran-Ramspott, S., Fedele, M. (2020). Jugando a ser YouTubers: prácticas digitales para la prevención de la violencia de género, *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, vol. 25, núm. 48

<https://doi.org/10.1387/zer.21570>