

# PUBLICACIONES E INVESTIGACIONES REALIZADAS SOBRE TV EN ESPAÑA PRECEDENTES DE LOS PROYECTOS I+D Y LAS TESIS DOCTORALES RECOGIDAS EN MAPCOM (2007-2013)

Las investigaciones sobre la televisión, citadas en este archivo, han sido publicadas hasta el año 2007 inclusive, a partir del cual comienza el período analizado en la investigación MapCom (2007-2013). Las referencias de este archivo se corresponden con las áreas temáticas que aparecen en la Tabla 1. Se observará que se configuran 12 ámbitos temáticos, a cada uno de los cuales le corresponde una selección de referencias cuyo repertorio bibliográfico completo le sigue a continuación.

TABLA 1

OBJETOS	INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES SOBRE TV HASTA 2007 EN ESPAÑA
<b>ESTUDIOS TÉCNICOS (IORTV)</b>	La Escuela Oficial de Radio Televisión y después el Instituto Oficial de Radio y Televisión editaron estudios técnicos en la colección <i>Cuadernos de Documentación</i> (1965-1977). Véase después: <a href="http://www.rtve.es/contenidos/instituto/CATALOGO_PUBLICACIONES_2016.pdf">http://www.rtve.es/contenidos/instituto/CATALOGO_PUBLICACIONES_2016.pdf</a>
<b>ESTUDIOS DE AUDIENCIAS</b>	Destaca el EGM (Estudio General de Medios), encuesta de muestreo anual dividido en tres oleadas, que comienza su andadura en 1968. Hoy forma parte de los estudios de la AIMC (Asociación de investigación de Medios de Comunicación), también resaltan los estudios de marca (AIMC-MARCAS) del tipo "media-producto"; y las Audimetrías panelísticas de <i>Kantar Media</i> (antes Taylor Nelson Sofres AM) . Por otra parte, también destacan los anuarios, análisis audiométricos de GECA (Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual).
<b>HISTORIA DE LA TV</b>	Arias Ruiz (1970), Gutiérrez Espada (1982), Gorostiaga (1982), López-Escobar y Ruiz de la Cuesta (1988), Baget Herms, (1993), Palacio (2005), Rueda (2005), Díaz (1994, 2006)
<b>TITULARIDAD PÚBLICA VS. PRIVADA</b>	González Navarro (1982), Pere-Oriol (1986), Alonso Erasquin, Matilla y Vázquez Freire (1995), Lledó, Bustamante, Camps, Fernández Sabater y González Urbaneja (2005), De Moragas y Prado (2000), Badillo (2005), Tijeras (2005), Azurmendi (2007), Moreno, Jiménez, Etayo, Gutiérrez, Sánchez, y Guerrero, (eds.) (2007)
<b>TEORÍAS TV y NEOTV</b>	Gubern (1964), García Jiménez (1965), González Casanova (1967), Martín Serrano (1974), González Navarro (1982), González Requena (1989, 1999), Vilches (1993, 1995, 2001), Bueno (2000), Imbert (2004, 2008), Lacalle (2004), Cáceres (2000, 2002, 2004, 2007), Mondelo y Gaitán (2002), Fernández-Beaumont (2005), Sampedro (2007), Jauset (2007)
<b>METODOLOGÍAS. ANÁLISIS DE LA TV</b>	Cebrián Herreros (1978), León Saez De Ybarra (1988), López-Pumarejo (1989), Huertas (1992), Carbonero Cano (1992), Prado (1995), García Jiménez (1993), Royo Vela, M., (1997), Álvarez Bercino (1999), López-Escobar (1999), Álvarez Monzoncillo y López Villanueva (1999), Sadaba (2001), Vilches (2002), Saló (2003), García de Castro (2003), Sánchez Villarroel (2004), Tur Viñes (2004), Gómez Espino, Blanco, López (2005), Capdevila, Fernández Cavia (2006), Palacios (2007), Marzal (2007).
<b>TV.PROGRAMACIÓN</b>	Cortés (1989, 2001), Prieto y otros (1993), Piñuel, Gaitán y García-Lomas (1994), Castillo (1996), Castañares (1997), Orza (2002), Contreras y Palacio (2001), Pérez Ornia y Núñez Ladevéze (2003), Gómez-Escalonilla (2003), Río y Román (2005).
<b>RECEPCIÓN DE LA TV: EDUCACIÓN, FAMILIA, INFANCIA Y JUVENTUD</b>	Vázquez (1965), Esteve (1983), Barrios (1992), Benavides Delgado (1992), Gaitán, J.A. (1993), Pérez Tornero (1993, 1994), Ferrés (1994), Muñoz y Pedrero (1994), Aparici y otros (1994), Gavalda (1994), Bartrina (1994), Aparici y García Matilla (1995), Callejo (1995), Albero (1996, 2006), Vilchez Martín (1999), García de Cortázar y otros (1998), Urra, Clemente, y Vidal (2000), Cebrián, M. (2000), Aguaded (2000), De-los-Ángeles (2000), Aran, Barata, Busquet y Medina (2001), Pérez Ornia (2002), Haimovich (2002). Morgan y Merlo (2002), Cebrián (2003), Pérez Ornia y Núñez Ladevéze (2002, 2003 y 2006), García Matilla (2003), Busquet (2003), Garrido (2003, 2004), Perales (2003), Rodrigo Alsina (2003, 2007), Gabelas (2005), Albero (2006), Tur-Viñes (2006), Pindado (2005, 2006), Percival y Tejedor (2007), Domínguez y Schade (2007).
<b>TV y COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>	Muñoz-Alonso (1989), Prado y Moragas (1991, 2002), Velázquez García Talavera, T. (1992, 1999), Bouza (1998), Rospir (1999), Aguilar y otros (1999), Rodríguez Vázquez (2001), Martínez Nicolás (2002), Dader (1990, 2000, 2003), Crespo (2002), Barranco (2003), Berrocal (2003), Esteve Ramírez (2003); Casero (2003), Prado (2004), Iglesias (2005), Corominas, Guimerà, Fernández y Bonet (2005); Badillo (2005), López Cantos (2005), Guimerà (2006).
<b>TV y PUBLICIDAD</b>	Alba (1975), Barros (1978), Sánchez Guzmán (1982), Beltrán (1984), Balaguer (1987), Durá (1988), Ibañez (1989), Delgado San Adrián(1991), Peña Marín (1991), Romero (1991), Núñez Gómez (1992), Oliver (1996), Luna Arocas, Delgado y Quintanilla (1996), Conde Huelva (1997), López (1998), Equizábal (1998), González Requena y Ortiz de Zárate (1999), Gordillo (1999), Gurrea (1999), Bringué y De Los Ángeles (2000), Mendiz (2000), Bringué (2001), Fernández Cavia (2002), Pérez Ruiz (2002), Moreno (2003), Amar (2003), Álvarez y Carrillo (2004), Medina (2004), García-Clairac (2005), Hellín (2005), Espinar (2006, 2007)
<b>TD. NUEVOS MEDIOS Y MULTIPLATAFORMAS</b>	Lera (1985), Moragas, Garaitonaindía y López (1999), Bustamante (2003), Caldera y Nuño (2004), López Carreño (2004), Soto y Ribes (2003), Díaz-Noci (2004), Corominas, Guimerà, Fernández y Bonet (2005), Castells (2006), Mosco (2006), García Leiva (2006), Fernández-Beaumont (2006), Prado (2004, 2005), Guimerà (2006), Marzal y Casero (2007), Corominas, Bonet, Fernández, Guimerà, Sanmartín y Blasco (2007), Delgado, (2007), Badillo (2007)
<b>TV COMUNI-TARIA Y LOCAL</b>	Prado (1985); Moragas (1988), Moragas y Corominas (1988), Vacas (1999), Prado y Moragas (1991, 2002), Martínez Hermida (2002), Sabés (2002), Arana, Azpillaga y Narbaiza (2003), Badillo (2003), Santos Díez y Pérez Dasilva (2004), López García (2005), López Cantos (2005), Maneiro (2005), Martínez Hermida (2001, 2007), Fandiño y Dafonte (2007), Guimerà (2007).

## BIBLIOGRAFÍA CITADA ACERCA DE LA INVESTIGACIÓN DE LA TV EN ESPAÑA (hasta 2007)

- AA.VV. (1982): *Televisión pública, televisión privada*. Pamplona: Eunsa.
- AAVV. (2006). *Informe de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia*. Comisión Mixta de Seguimiento. Web [www.tvinfancia.es](http://www.tvinfancia.es) y disponible en <http://tvinfancia.es/tvinfancia/sites/default/files/informeEvaluacionPrimerAnio.pdf>
- AGUADED, J.I. (2000): *Televisión y telespectadores*. Huelva. Grupo Comunicar.
- AGUILAR, M.A. (et alt.) (1999): *Medios de comunicación y cultura política*. Barcelona. Paidós.
- AIERBE, A. y MEDRANO, C. (2008). "Usos televisivos de los adolescentes y su relación con los valores". *Comunicar* (31), 109-114.
- ALADRO VICO, E. (2000): "De la telenovela a la televigilancia: Gran Hermano y la nueva era del perspectivismo relacional en la televisión", en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, nº 5, pp. 291-300.
- ALBA DE DIEGO, V., (1975) *El lenguaje de la publicidad*. Madrid, Facultad de Filosofía y Letras. UCM.
- ALBERO, M. (1996). *Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil*. *Comunicar*, 6, 129-139.
- ALBERO, M. (2006) *La mirada adolescent. Violència, sexe i televisió*. Barcelona: Octaedro.
- ALCALÁ-SANTAELLA, M., ALCUDIA, M. y LEGORBURU, J.M. (2012): "La participación de la audiencia en la convergencia radio-televisión. El caso de las tertulias de análisis político" en Berrocal, Salomé y Campos, Eva (Eds.): *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios*. Salamanca: SEP, 139-158.
- ALCOLEA DÍAZ, G. (2003): *La televisión digital en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- ALONSO ERAUSQUIN, M.; MATILLA, L. y VÁZQUEZ FREIRE, M. (1995) *Teleniños públicos/ Teleniños privados*. Madrid. Ediciones de la Torre.
- ÁLVAREZ BERCINO, R. (1999): *La comedia enlatada. De Lucille Ball a Los Simpsons*. Barcelona: Gedisa
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M. y LÓPEZ VILLANUEVA, J. (1999): "La producción de ficción en España: un cambio de ciclo", en *Zer: revista de estudios de comunicación*, nº 7.
- ÁLVAREZ, P. y CARRILLO, M.V. (2004) "Medida de la influencia social de la publicidad adelgazante, en la tendencia a adelgazar" *Anuario Ininco*, 2º sem.
- AMAR RODRÍGUEZ, V., (2003) "Educar en la publicidad: para aprender sintiendo" en Profesorado. *Revista de Currículum y Formación del Profesorado. Volumen 7, número 1-2*, pp. 121-130
- APARICI, R. y otros (1994): *Televisión, currículo y familia*. Madrid: Ministerio de Ciencia y Tecnología. BARRIOS, L. (1992): *Familia y televisión*. Caracas: Monte Ávila Editores. Bringué, X. y De-los-Ángeles J. (2000): "La investigación académica sobre publicidad, televisión y niños". *Comunicación y Sociedad*, 13, pp. 37-70.
- ARAN, S.; BARATA, F.; BUSQUET, J. y MEDINA, P. (2001) *La violència en la mirada. L'anàlisi de la violència a la televisió*. Barcelona: Trípodos
- ARANA, E., AZPILLAGA, P. y NARBAIZA, B. (2003). "Telebista lokalen panorama Hego Euskal Herrian". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 15. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ARIAS RUIZ, A. (1970): *La televisión española*. Madrid, Publicaciones españolas, 1970.
- ARNANZ, C.M. (2002): *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*. Barcelona. Gedisa
- AZURMENDI, Ana (2007): "La reforma de la televisión pública". *Tirant lo Blanch*. 2007
- BADILLO, Á.(2003). *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*. Tesis Doctoral, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona.
- BADILLO, Á. (2005). "Políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España (1980-2004)". En: *Sphera Publica*, núm. 5. Murcia: Universidad Católica San Antonio, p. 201-228.
- BADILLO, Á. (2007). "La nueva televisión de proximidad: un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- BAGET HERMS, J. M. (1993): *Historia de la televisión en España. 1956-1975*. Barcelona, Feed-Back
- BALAGUER, M.L., (1987) *Ideología y Medios de Comunicación. La Publicidad y los niños*. Málaga, Diputación Provincial de Málaga.
- BARRANCO SAIZ, F.J.. (2003). *Marketing político*. Madrid, Ediciones Pirámide.
- BARROS GARCÍA, P. (1978) "El lenguaje de la publicidad en la televisión" en *Español Actual. Número 34*, 9-17.
- BARROSO, J. (1992). *Proceso de la información de actualidad en televisión*. Madrid. IORTV
- BARROSO, J. (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis.
- Bartrina, J. (1994). "Niños y jóvenes: marcianos frente al televisor. Actitudes y comportamientos diferenciales hacia la TV según la edad". En *Televisión, niños y jóvenes*. RTVV, Valencia, 99-112.
- BELTRÁN MONER, R. (1984): *Ambientación musical: selección, montaje y sonorización*. Madrid, IORTV.
- BENAVIDES DELGADO, J., (1992) "Los niños y las niñas conocen la televisión" en *Infancia y Sociedad. Número 14*, 67-78.
- BERROCAL, S. (ed.) (2003): *Comunicación política en Televisión y Nuevos medios*. Barcelona. Ariel.
- BERROCAL, S. (2003): "La personalización de la política". En *Comunidad política en televisión y nuevos medios*. Madrid. Ariel. Pp. 55-79.
- BLANCO MALLADA, L. (2005). "Estándares de calidad en televisión y su valoración". *Comunicar*, 25(2), 1134-3478.

- BOUZA, F. (1998): "La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo". En *El debate de la Comunicación*. 27-252.
- BRINGUÉ SALA, X. y DE LOS ÁNGELES, J. (2000) "La investigación académica sobre publicidad, televisión y niños: antecedentes y estado de la cuestión" en *Comunicación y Sociedad*. Volumen XIII, número 1, pp. 37-70.
- BRINGUÉ SALA, X., (2001) "Publicidad infantil y estrategia persuasiva: un análisis de contenido" en *Zer*. Número 8, Junio
- BUENO, G. (2000): *Televisión: Apariencia y Verdad*. Barcelona. Gedisa,
- BUSQUET, J. (2003) "Reptes i limitacions dels estudis sobre violència i televisió", en *Trípodos Extra*, Barcelona: Universitat Ramon Llull, pp .25 – 40
- BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coords.) (1988): *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal
- BUSTAMANTE, E (2003).: «La TV digital en España. Estudio descriptivo-pragmático», *Telos*, 56. Segunda época, 2003. On line: <http://www.campusred.net/telos/home.asp?idRevistaAnt=56>.
- BUSTAMANTE, E. (1999). *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2006). *Radio y Televisión en España: historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa
- BUSTAMANTE, E. y ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M.(eds.) (1999): *Presente y futuro de la televisión digital*. Barcelona: Edipo.
- BUSTAMANTE, E. Y VILLAFAÑE, J. (ED.) (1986): *La televisión en España, mañana*; Madrid, Siglo XXI- Ente público Radiotelevisión.
- BUSTAMANTE, E., y GIU, I. (1988): "Televisión: desequilibrios en cadena". En: E. Bustamante y R. Zallo (coords.): *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal
- C. I. S. (2000) *La TV y los niños: hábitos y comportamientos*. Estudio N° 2391. [http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2380\\_2399/2391/Es2391.pdf](http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2380_2399/2391/Es2391.pdf)
- CABERO, J.; ROMERO, R. (2002). "Violencia, juventud y medios de comunicación. Disponible en: [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/violenciatv05.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/violenciatv05.pdf)
- CÁCERES, M.D. (2000): "La crónica rosa en televisión o el espectáculo de la intimidad", en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, nº5, pp 277-290.
- CÁCERES, M.D. (2002). "Operación Triunfo o el restablecimiento del orden social". *Zer*, Vol. 7, Nº13, pp. 11-27.
- CÁCERES, M.D. (2004). "Realities de superación. Nuevo espejo televisivo". *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, Nº 58, 2004, pp. 42-48
- CÁCERES, M.D. (2007). "Telerrealidad y aprendizaje social". *Icono* 14 (9), 1-21.
- CALDERA SERRANO, J.; NUÑO MORAL, M. V. (2004): *Diseño de una base de datos de imágenes para televisión*. Gijón: Trea.
- CALLEJO, J. (1995). *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*, Madrid, C.I.S.
- CALLEJO, J. (2007). "La digitalización de la audiencia televisiva: experiencias y expectativas". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.) (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- CAÑADAS, G: (1987): *La red de difusión de RTVE*. Madrid, RTVE.
- CAPDEVILA, A., FERNÁNDEZ CAVÍA, J. (2006) "Aplicación de un modelo retórico al análisis de la publicidad televisiva" en *Trípodos*. Número Extra, pp. 175-181.
- CARBONERO, P. (1992): "Modalidades enunciativas de los textos publicitarios" en Ariza, M. (ed.), *Problemas y métodos en el análisis de textos*. In *Memoria* Antonio Aranda. Sevilla, Secretariado de Publicación.
- CARRILLO, M.V. (2005a). "La televisión digital. La metamorfosis publicitaria en el entorno interactivo". En: *Telos*, núm. 62. Madrid: Fundación Telefónica.
- CARRILLO, M.V. (2005b). "La interactividad: un reto para la publicidad en el entorno digital online". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 18. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 9- 24.
- CASERO, A. (2003). "Televisión local y comunicación política: los perfiles de una interacción". En: LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco y VILAR, Fernando (eds.). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- CASERO, A. (2006). "La oferta de contenidos y servicios de la TDT: análisis de la situación en el mercado español". En: *Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España: "Pensamiento crítico, comunicación y cultura"*.
- CASERO, A. (2007a). "Escenarios de presente y futuro de los contenidos televisivos en el contexto de la TDT". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- CASERO, A. (2007b). "¿La revolución pendiente? Contenidos audiovisuales y servicios interactivos de la TDT en España". En: *Trípodos*, extra 2007. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 561- 572.
- CASTAÑARES, W. (1995): "Nuevas formas de ver, nuevas formas de ser: el hiperrealismo televisivo". *Revista de Occidente*, nº 170, 106-113
- CASTAÑARES, W. (1997): "La televisión y sus géneros: ¿una teoría imposible?", en *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 3, pp. 167-182.
- CASTELLS, M. (ed.) (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza.
- CASTILLO, A. (1996): "Programación a la parrilla", *Portatil*, 10, 1996, págs. 34-35.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1978): *Introducción al lenguaje de la televisión: una perspectiva semiótica*. Madrid. Pirámide.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2004). *La información en Televisión. Obsesión Mercantil y Política*, Barcelona, Gedisa

- CEBRIÁN HERREROS, M. (2000). "Televisión y Educación". En Ríos J. M. y Cebrián, M. (Coord.) *Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación aplicadas a la Educación* Archidona (Málaga): Ediciones Aljibe.153-257).
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2003). *Estrategia multimedia de la televisión en Operación Triunfo*. Ciencia 3, Madrid.
- CHICHARRO, M. M. (2011). "Historia de la telenovela en España: aprendizaje, ensayo y apropiación de un género". *Comunicación y Sociedad*, 24 (1), 189-216.
- CONDE, A. M., (1997) "Educación para el consumo a través de la publicidad y la televisión" en *Comunidad Educativa*. Número 245, pp. 19-22.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2003) "La representació de la violència", en *Quaderns del CAC* nº 17, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC); COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES (CMT) (2002). *La televisió digital terrestre a España. Situació i tendències*. Barcelona: CAC.
- CONTRERAS, J.M. y PALACIO, M. (2001): *La programación de televisión*. Madrid. Síntesis
- CONTRERAS, J.M. (1990): *Vida política y televisión*; Madrid, Espasa Calpe
- COROMINAS, María; BONET, Montse; FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; GUIMERÀ, Josep Àngel; SANMARTÍN, Julián y BLASCO GIL, José Joaquín (2007). "Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 22. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 69- 95.
- COROMINAS, María; GUIMERÀ, Josep Àngel; FERNÁNDEZ, Isabel y BONET, Montse (2005). "Polítiques públiques de ràdio i televisió local en l'entorn digital a Espanya (1997-2004)". En: *Tripodos*, extra 2005. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 639-650.
- COROMINAS, M., BONET, M., FERNÁNDEZ, I., GUIMERÀ, J. À. y SANMARTÍN, J. y BLASCO, J.J. (2007). "Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados". En: *ZER. Revistas de Estudios de Comunicación*, nº 22, Bilbao, País Vasco, 69-95.
- CORTES, J. (1989): "El programador, la nueva estrella de la TV", *Mensaje y medios*, 6, 1989, pág. 32.
- CORTES, J. (2001): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Navarra. Ediciones Universidad de Navarra.
- CRESPO, I. (dir.) (2002): *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto*. Vol I, II y III. Valencia. Tirant lo Blanch.
- DADER, J.L.(1990). "La personalización de la política". *Opinión pública y comunicación política*. Madrid. 351-367.
- DADER, J.L.(2000): "La retórica mediática frente a la cultura política autóctona: la encrucijada de la comunicación política española entre la americanización y el pluralismo democrático tradicional". *CIC: Cuadernos de información y comunicación*. Madrid, España. Nº 4. Pp. 63-88.
- DADER, J.L. (2003): "Ciberdemocracia y comunicación política virtual: El futuro de la ciudadanía electrónica tras la era en televisión". En Berrocal, Salomé (ed.) (2003) *Comunicación política en Televisión y Nuevos medios*. Barcelona. Ariel.
- DAYAN, D. y KATZ, E. (1995). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona, Gustavo Gili.
- DE AGUILERA, J. (1975): *Dimensión y sistema de televisión educativa*; Madrid, Editora Nacional
- DE AGUILERA, J. Y VERGES, J. (1980): *La televisión libre en la nueva democracia española*; Barcelona, Sirocco.
- DE HARO IZQUIERDO, F. (2008). *Un modelo de análisis de la estrategia informativa de las redes de televisión local. El caso de Popular TV*. Tesis doctoral, Departamento de Periodismo IV (Empresa Informativa). UCM.
- DELGADO SAN ADRIÁN, E., (1991) "Características de la publicidad dirigida a los niños en España" en *Infancia y Sociedad*. Número 9, mayo-junio
- DELGADO REINA, M. (2007). "Contenidos y servicios de la televisión digital en España". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- DELGADO REINA, M. y LARRÉGOLA, G. (2003). "Análisis de planteamientos, propósitos y despropósitos. Contenidos y servicios de la TDT en Europa". En: *Telos*, núm 57. Madrid: Fundación Telefónica, p. 71-82.
- DÍAZ, L. (1994): *La televisión en España. 1949-1995*; Madrid, Alianza
- DÍAZ, L. (2006). *50 años de TVE*. Madrid. Alianza.
- DÍAZ-NOCI, J. (2004): "Ciberperiodismo, profesión y academia. Medios digitales españoles en Internet". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, Nº 59
- DOMÍNGUEZ, L. y SCHADE, N. (2007). Percepciones de los Niños Preescolares con Respecto a los Dibujos Animados. *Revista Investigaciones en Educación*, 8 (1), 81-111.
- DURÁ, R. (1988): *El vídeo-clip. Precedentes, orígenes y características*. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia.
- ÁLVAREZ, J. T. (coord.). *Historia de los medios de comunicación en España*. Barcelona. Ariel.
- EQUIZÁBAL, R. (1998) *Historia de la publicidad*. Madrid: Eresma & Celeste
- ESPINAR, E., (2006) "Imágenes y estereotipos de género en la programación y en la publicidad infantil Análisis cuantitativo" en *Latina*. Número 61, ENE-DIC .
- Espinar, E., (2007) "Estereotipos de género en contenidos audiovisuales infantiles" en *Comunicar*. Volumen XV, número 29, pp. 129-134.

- ESTEVE RAMÍREZ, F. (2003). "Contenidos informativos especializados en radio y televisión locales". En: LÓPEZ LITA, Rafael; FERNÁNDEZ BELTRÁN, Francisco y VILAR, Fernando (eds.). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- ESTEVE ZARAZAGA, J.M. (1983) *Influencia de la publicidad en televisión sobre los niños: los anuncios de juguetes y las cartas de Reyes*, Madrid. Narcea.
- FANDIÑO, X., DAFONTE A. (2007): "A televisión en Galicia: actualidade e previsión de futuro". En López García, Xosé (coordinador) *A Comunicación en Galicia 2007* Santiago de Compostela. Consello da Cultura Galega, Sección de Comunicación
- FERNÁNDEZ BEAUMONT, J. (2005): "La lucha contra la telebasura en España. Incumplimientos del código de autorregulación de las televisiones generalistas". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 64, 2ª época. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulonoticia.asp?idarticulo=5&rev=64.htm>
- FERNANDEZ CAVIA, J (2002) *El consumidor adolescent, televisió, marques i publicitat*. Barcelona: Aldea Global.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, David (2007). "El apagón analógico....¿y después qué? Estrategias de la TDT en España". En: *Observatorio (OBS\*) Journal*, núm. 2, p. 65-79.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, M.C. (1997): *Influencia del montaje en el lenguaje audiovisual*. Madrid, Libertarias-Prodhufi.
- FERNANDEZ-BEAUMONT, José (2006). "La refundación del sector audiovisual". En: DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.). *Tendencias'06. Medios de comunicación. El año de la televisión*. Madrid: Fundación Telefónica.
- FERRÉS i PRATS, J. (1994) *Televisión y Educación. Papeles de pedagogía*. Barcelona. Paidós.
- FRANCÉS, M. (2011). *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*. Madrid: Instituto RTVE.
- FRANCÉS, M. (Coord.) (2009). *Hacia un nuevo modelo televisivo: Contenidos para la televisión digital*. Barcelona: Gedisa.
- FRANQUET, Rosa (2003). "Escenarios de consumo en el entorno doméstico". En: LÓPEZ, Nereida y PEÑAFIEL, Carmen (eds.). *Odisea 21: la evolución del sector audiovisual*. Madrid: Fragua.
- GABELAS, J. A. (2005). "Televisión y adolescentes, una mítica y controvertida relación". *Comunicar* (25), 137-146.
- GAITÁN, J.A. (1993);. "Desmitificación del medio y emancipación de los teleniños". *Revista de Ciencias de la Información*, Vol. 8 (EXT), pp. 109-120.
- GAITÁN, J.A. y MONDELO, E. (2002). "La función social de la televerdad". *Revista Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, Vol. 53, pp. 35-43.
- GANZABAL, M. (2009). "La sobreexplotación económica de la telerrealidad en España". En *Telerrealidad. El mundo tras el cristal*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 86-92.
- GARCÍA AVILÉS, J.A. (2007). "El "infoentretenimiento" en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea". *Anàlisi*, Nº 35, 47-63.
- GARCÍA DE CASTRO, M. (2003): "Propiedades de la hegemonía de la ficción televisiva doméstica en España entre 1995-2000". En *Zer: revista de estudios de comunicación*, nº 14. 2003.
- GARCÍA GALERA, C. (2000): *Televisión, violencia e infancia: el impacto de los medios*. Gedisa, Barcelona.
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1965): *Teoría de los contenidos de la televisión*. Madrid, Servicio de formación de Televisión Española
- GARCÍA JIMÉNEZ, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid. Cátedra,
- GARCÍA LEIVA, María Trinidad (2006). "La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión". En: *EPTIC online-Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol. VIII (2006), núm 1.
- GARCÍA MATILLA, A. (2003) *Una televisión para la educación, la utopía es posible*. Barcelona. Editorial Gedisa.
- GARCÍA-CLAIRAC, S. (2005): *Realización de spots publicitarios*. Madrid, Almuzara.
- GARRIDO, M (2003) "Cómo representan la violencia los spots publicitarios", en *Trípodos Extra*, Barcelona: Universitat Ramon Llull, pp. 599-613.
- GARRIDO, M. (2004): *Violencia, televisión y publicidad. Análisis narrativo de los spots publicitarios de contenido violento*. Sevilla: Alfar.
- GAVALDÀ, J. (1994) "La telepolítica y sus récords", *Eutopías* vol. 67, Valencia, Episteme
- GÓMEZ ESPINO, J. M.I; BLANCO LÓPEZ, J., (2005) "Los niños en la publicidad. Una propuesta de categorización de las representaciones sociales sobre la infancia en los anuncios televisivos" en *ZER*. Volumen 10, número 19, NOV, pp. 53-76.
- GÓMEZ-ESCALONILLA, G. (2003): *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Dykinson.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J.A.(1967): *El régimen político de la televisión*; Barcelona, Síntesis
- GONZÁLEZ REQUENA, J. y ORTIZ DE ZÁRATE, A. (1999): *El spot publicitario: las metamorfosis del deseo*. Madrid, Cátedra.
- REQUENA, J. (1989). *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Madrid: Akal.
- REQUENA, J. (1999). *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad* (4ª edición). Madrid: Cátedra.
- GORDILLO, I. (1999): *Narrativa y televisión*. Sevilla, Mad.
- GOROSTIAGA, E. (1982): *El Estatuto de la Radio y la Televisión*. Madrid. Ed. Forja.
- GRISS (2006). *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*. Barcelona: CAC.
- GRUPO DE ANÁLISIS Y PROSPECTIVA DEL SECTOR SE LAS TELECOMUNICACIONES (GAPTEL) (2005). *Televisión digital*. Madrid: Red.es.
- GUBERN, R. (1964): *La Televisión*; Barcelona, Bruguera.

GUIMERÀ, J. À. (2006). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976–2005)*, Tesis doctoral, *La investigació sobre la televisió local en Espanya Zer 13-25 (2008)*, pp. 83-106 103 Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona.

GURREA, A. (1999): *Los anuncios por dentro*. Bilbao, Universidad del País Vasco, Servicio editorial.

GUTIERREZ ESPADA, L. (1982), *Historia de los medios audiovisuales, 1979-1982*. Tomo 3: Radio y Televisión Madrid, 3 vols., Pirámide,

HAIMOVICH, P. (2002). "Los jóvenes en la tele. Vidas imaginarias (caso Gran Hermano, Al salir de clase, Crónicas Marcianas, El Rayo)". En *Los jóvenes y la cultura del ocio. Diversas perspectivas y experiencias en el ámbito local*. Instituto Alicantino de Cultura y Ayuntamiento de Elche, Alicante, 85-103.

HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

HELLÍN, P. (2005). "De Heidi a las Supemenas. La representación de la violencia en televisión y su reflejo en la publicidad televisiva". *Violencia en la Comunicación Empresarial. II Congreso de Comunicación y Realidad*, 20 y 21 de Mayo de 2005. Barcelona. Universidad Ramón Llull. TENGO

HUERTAS, A. (1992): *Sistemas de medición de audiencias en televisión: Evolución y Tendencias*. Tesis doctoral. Dpto. de Comunicació Audiovisual i Publicitat, UAB

IBAÑEZ, J., (1989) "Publicidad: la tercera palabra de Dios" en *Revista de Occidente*. Número 92, pp. 97-108.

IGLESIAS, Z. (2005). "Las televisiones locales y sus contenidos informativos: Los noticiarios de producción propia en las emisoras de Castilla y León". En: *Sphera Publica*, núm. 5. Murcia: Universidad Católica San Antonio, p. 241-258.

IMBERT, G. (2004). "De lo espectacular a lo especular (apostilla a La sociedad del espectáculo)". *Cuadernos de Información y Comunicación* (9), 69-81.

IMBERT, G. (coord.) (1999): *Televisión y cotidianidad. La función social de la televisión en el nuevo milenio*. Universidad Carlos III, Madrid. <http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/LibroIORTV.doc>

Jauset, Jordi A. (2007). «La programació de televisió en la transició del segle XXI». *Quaderns del CAC* (29): 91-103.

RÍO ÁLVAREZ, M. del y ROMÁN BLAS, M. (edits.) (2005): *Programación infantil de Televisión: orientaciones y Contenidos Prioritarios*. Madrid. Instituto Oficial de Radio y TV (IORTV) Y DIRECCIÓN GENERAL DE LAS FAMILIAS Y LA INFANCIA (MTAS).

LACALLE, C. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.

Lacalle, C. (2004). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Gedisa, Barcelona.

LARRÉGOLA, G. (1998). *De la televisión analógica a la televisión digital*. Barcelona: CIMS.

LEÓN SAEZ DE YBARRA, J.L., (1988) *La investigación en publicidad. Metodologías y críticas*. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

LERA SALSO, E. (1985): "Nuevos medios, nuevos servicios, nuevas formas de comunicación". *Telos* N.º 3, Julio-Septiembre 1985 páginas 41-47.

LLEDÓ, E, BUSTAMANTE, E, CAMPS, V, FERNANDEZ SABATER, F Y GONZÁLEZ URBANEJA, F. (2005): "Informe para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado". Real Decreto 744/2004, de 23 de abril. Madrid.

LÓPEZ CANTOS, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. Castellón, Valencia, Barcelona: Universitat Jaume I; Universitat de València; Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra

LÓPEZ-ESCOBAR, E. y RUIZ DE LA CUESTA, Y. (1988) "*La televisión regional en Europa: marco jurídico y desarrollos recientes*", *Gobierno de Navarra*.

LÓPEZ-ESCOBAR, E. (1999): *Espiral del silencio y efectos de segundo nivel de agenda-setting de los medios de difusión en las elecciones locales y regionales en Navarra en 1999*. Navarra. Gobierno de Navarra.

LÓPEZ GARCÍA, X. (coordinador) (2005): *Tres décadas de Televisión en Galicia Santiago de Compostela*. Consello da Cultura Galega, Sección de Comunicación

LÓPEZ LITA, R.; FERNÁNDEZ BELTRÁN, F.; VILAR, F. (eds.) (2003). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.

LÓPEZ GÓMEZ, A.M. (1998): *La publicidad en televisión: rasgos del spot contemporáneo*. Valladolid, Caja España.

LÓPEZ CARREÑO, R. (2004): "Grado de desarrollo de los portales periodísticos españoles de radio y televisión". *Scire*, 2004, vol. 10, nº 2, pp. 115-122.

LÓPEZ-PUMAREJO, T. (1989): *Aproximación a la telenovela. Dallas, Dinasty y Falcon Crest.* Madrid: Cátedra.

LOZANO, C. (1996). "Televisión Locales: con todas las de la Ley". *Cinevideo* 20. N.º. 126. Marzo, pp. 28-33.

LUNA, R., DELGADO, E. y QUINTANILLA (1996) "El modelo MIPPI: un estudio sobre la influencia de la publicidad en los niños" en *Investigación y Marketing*. Número 53, pp. 49-57.

MANEIRO VILA, A. (2005): "Tendencias de la TV en Galicia". En: *Comunica: revista de estudios de comunicación de la APG*. N. 4 (2005) Santiago de Compostela, Asociación de Periodistas de Galicia

MANOVICH, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós

MARTÍN SERRANO, M. (1974). *L'ordre du monde à travers la télévision. Structure du discours électronique*. Lille. Presses Universitaires

MARTÍNEZ HERMIDA, M. (2001). "Televisión local en Galicia: una aproximación á comunidade de interese e ás relacións mediocomunidade". En: *Estudios de Comunicación*, núm. 0. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

MARTÍNEZ HERMIDA, M. (2007). "Televisión digital y periferia: Ciudadanos y medios ante el mapa de la TDT-L en Galicia". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.

MARTÍNEZ HERMIDA, M. (ed.) (2002). *Televisiónes Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*. Santiago de Compostela: Unidigital.

MARTÍNEZ NICOLÁS, M. (2002): "Ciudadanos sen elección. Partidos políticos, candidatos e televisión nas campañas electorais", en *Estudios de Comunicación*, nº 1, pp. 83-115.

MARZAL, J. (2007): "El análisis fílmico en la era de las multipantallas". *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 63-68

MARZAL, J. y CASERO, A. (eds.) (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.

MCCHESENEY, R. W. (2002). "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado". En: Vidal Beneyto, J. (dir.). *La ventana global*. Madrid: Taurus

MCCHESENEY, Robert W. (2004). *The Problem of the Media. US Communication Politics in the 21st Century*. New York: Monthly.

MCLUHAN, Marshall (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

MEDINA, A. (2004) Apuntes para un cambio de siglo publicitario. Madrid: Cinca, 2004.

MENDIZ NOGUERO, A., (2000) Nuevas formas publicitarias. Patrocinio, Product Placement, Publicidad en Internet. Málaga, Universidad de Málaga.

MESTRE, Rosanna (2005). "Retos de la televisión interactiva". En: *Trípodos*, extra 2005, vol. 2. Barcelona: Universidad Ramón Llull, p. 673-686.

MONTERO, Y. (2006): Televisión, valores y adolescencia. Gedisa, Barcelona.

MORAGAS, M. Y PRADO, E. (2000) La televisión pública a l'era digital. Barcelona: Pòrtic. (Colecció Centre d'Investigació de la Comunicació; 4.

MORAGAS, M.de (1988). *Espais de comunicació. Experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62.

MORAGAS, M.de y COROMINAS, M. (1988). *Local communication in Catalonia (1975-1988). Media spaces and democratic participation*. Barcelona: Diputació de Barcelona.

MORAGAS, M.de; GARITAONANDIA, C. y LÓPEZ, B. (eds.) (1999). *Televisión de proximidad en Europa*. Castellón, Valencia, Barcelona: Universitat Jaume I; Universitat de València; Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Pompeu Fabra.

MORENO, ELSA; JIMÉNEZ, ELEA; ETAYO, CRISTINA; GUTIÉRREZ, RUTH; SÁNCHEZ, CRISTINA Y GUERRERO, J. ENRIQUE (EDS.) (2007): *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. Pamplona: EUNSA, pp. 341-354.

MORENO, I. (2003): Narrativa audiovisual publicitaria. Barcelona, Paidós.

MORGAN, M. y MERLO, T. (2002). "La televisión y los adolescentes en tiempos de cambio". *Comunicar* (19), 170-178.

MOSCO, V. (2006): "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después". En: *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, núm. 11- Madrid: Universidad Complutense, p. 57-79.

MUÑOZ, J.J. y PEDRERO, L.M. (1994): *Efectos negativos de la televisión entre la población infantil*. Salamanca. Universidad Pontificia de Salamanca

MUÑOZ-ALONSO, A. (1989)." Política y nueva comunicación: El impacto de los medios en la vida política." Madrid, FUNDESCO. Pp. 164.

NÚÑEZ GÓMEZ, P., (1992) *El proceso de socialización del niño a través de la publicidad televisiva*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. y PÉREZ ORNIA, J. R.(2002): «Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil», *REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas)*, núm. 99, julio-septiembre, 2002, págs. 113-143.

OBSERVATORI DE LA COMUNICACIÓ LOCAL (OCL) (2003). "La comunicación local". En: COROMINAS, María y MORAGAS, Miquel de (eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2001-2002*. Bellaterra, Castellón de la Plana, Barcelona, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona; Publicacions de la Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València. Servei de Publicacions.

OLIVA, M. (2009). "¡Transfórmame, por favor! Un análisis semio-narrativo de los realities de transformación". En *Telerrealidad. El mundo tras el cristal. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones*, Sevilla, 36-47.

OLIVER, X. (1996) *Creatividad publicitaria*. Pamplona, EUNSA.

OLLÉ, R. y RIU, D. (2009). *El nuevo brand Management*. Barcelona. Gestión 2000,

OLLINS, W. (2003). *Brand. Las marcas según Wally Olins*. Madrid. Turner Publicaciones,

ORIVE, P. (1998): *Los españoles ante los telediarios*. Madrid, AECAS.

ORZA, G. (2002). *Programación televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.

PALACIO, M. (2005): *Historia de la televisión en España*. Barcelona. Gedisa.

PALACIOS ARRANZ, M. (2007): *Proyecto Media: televisión*. Ministerio de Educación y Ciencia. Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/index.html>.

PANERA, A. (2009). *¿Por qué triunfa la televisión comercial?: la dimensión empresarial de la televisión en España*, México, Plaza y Valdés

PASTORIZA, F. (1997): *Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid. IORTV

PEÑA MARÍN, C. (1991) "La representación de la niña en la publicidad" en *Infancia y Sociedad*. Número 10, pp. 53-66.



- PERALES, A. (2003) "El tractament de la violència al discurs publicitari", en *Trípodos Extra*, Barcelona: Universitat Ramon Llull, pp. 615-622.
- PERCIVAL, J. M. y TEJEDOR, S. (2007). El cine y la televisión como nuevos paradigmas de la Educación. *Revista de Comunicaciones, Periodismo y Ciencias Sociales. Tercer Milenio*, 18. Disponible en: [http://www.tercermilenio.ucn.cl/e13/periodismo\\_comunicaciones\\_perceval.html](http://www.tercermilenio.ucn.cl/e13/periodismo_comunicaciones_perceval.html) Tuning, Proyecto(2007).
- PÉRE-ORIO (1986): *La crisis de la televisión pública*. Barcelona: Paidós.
- PÉREZ ORNIA, J. R. (1989): «Peculiaridades de una televisión gubernamental» I y II. En ÁLVAREZ, J. T. (coord.). *Historia de los medios de comunicación en España*. Barcelona: Ariel.
- PÉREZ ORNIA, J. R. y NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (2003). "Programación infantil en la televisión española. Inadecuada relación entre oferta y demanda. *Telos*, nº 54, enero-marzo, 103-113.,
- PÉREZ ORNIA, J.R. (et alt.) (2005): *El anuario de la televisión*. Madrid. Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual. GECA, 1995-2004.
- PÉREZ RUIZ, M. A. (2002): *La publicidad en España. Anunciantes, agencias y medios, 1950-1980*. Madrid: Fragua
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1993) *Televisión educativa, educación permanente*. Madrid. UNED.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1994) *El desafío educativo de la televisión: para comprender y usar el medio*. Barcelona. Paidós.
- PINDADO, J. (2005). "Resultados de un estudio de jóvenes de Málaga. Los medios de comunicación en la socialización adolescente". *Telos* (62), 1-8.
- PINDADO, J. (2006). "Los medios de comunicación y la construcción de la identidad adolescente". *Zer* (21), 11-22.
- PIÑUEL, J.L., GAITÁN, J.A. y GARCÍA-LOMAS, J.I. (1994): "Transferencias mediadoras de la identidad: telefamosos y programación televisiva". *Revista de la Facultad de Ciencias de la Información*, U.C.M., 9: 13-44.
- PRADO, E. (1991, 1995). "Diseño y validación de una metodología cualitativa para el análisis de las nuevas modalidades de relación con la televisión y su consumo". *Memoria de seguimiento de proyectos de investigación PB91-0506*. Bellaterra. Dpto. Comunicació Audio-visual i Publicitat. UAB
- PRADO, E. (1985). "Televisión comunitaria en Cataluña". En: *Telos*, núm. 2. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, E. (2003). "Virtudes, funciones y futuro de la TDT en la Sociedad de la Información". En: *Telos*, núm. 57. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, E. (2004). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Madrid: Fundación Alternativas [[http://www.falternativas.org/base/download/6608\\_12-09-05\\_oratorioLab.ALTERNATIVAS60.pdf](http://www.falternativas.org/base/download/6608_12-09-05_oratorioLab.ALTERNATIVAS60.pdf)]
- PRADO, E. (2005). "El futuro de la televisión: la TDT". En: GARCÍA CASANOVA, Juan Francisco y CASADO SALINAS, Juan María (eds.). *El servicio público de la televisión*. Granada: Universidad de Granada.
- PRADO, E. (2006). "Volver a empezar con tiento". En: *Telos*, núm. 66. Madrid: Fundación Telefónica.
- PRADO, E. (2002). «Televisión en la era digital: homogeneización versus diversidad». *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* (51) abril-junio.
- FERNÁNDEZ QUIJADA, D. (2007). "Servicios de televisión interactiva en España: Una historia de claroscuros". En: MARZAL, Javier y CASERO, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- PRADO, E. y FRANQUET, R. (1998). "Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuros de una revolución". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 4. Bilbao: Universidad del País Vasco, p. 15-40.
- PRADO, E. y MORAGAS, M. de (1991). *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Col·legi de Periodistes/Mancomunitat de Municipis de Barcelona.
- PRADO, E. y MORAGAS, M. de (2002). *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. CAC: Barcelona
- PRADO, E., FRANQUET, R., RIBES, X., SOTO, M. T. Y FERNÁNDEZ, D. (2006): *Televisió interactiva. Simbiosi tecnològica i sistemes d'interacció amb la televisió*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- PRIETO, M. y otros (1993): *Audiencia y programación*; Valencia, Ente Público RTVV.
- RODRIGO ALSINA, M. (2003) "Repensar la violencia desde la cultura", en *Trípodos Extra*, Barcelona: Universitat Ramon Llull, pp.85 - 98.
- RODRIGO ALSINA, M. y ESTRADA, A. (2007) "Violencia y medios de comunicación: acuerdos y desacuerdos de las ciencias de la comunicación" en *Interacción. Revista de Comunicación educativa*, nº 46, pp. 12-16.
- RODRIGUEZ MARQUEZ, I. Y MARTINEZ UCEDA, J. (1992): *Pioneros de la televisión Española*. Barcelona, Mitre.
- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I.(2001). *Os informativos diarios nas televisions locais de Galicia. A información televisiva no espacio local*, Tesis doctoral, Departamento de Ciencias da Comunicación.
- ROMERO, A. I., (1991) "El niño como objeto y sujeto de la publicidad y el consumo" en *Infancia y Sociedad*. Número 9, mayo-junio, pp. 16-21.
- ROSPIR, J.I. (1999). *La globalización de las campañas electorales: Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona, Ariel.
- ROYO, M., (1997) *El análisis de contenido de la publicidad desde la perspectiva del Marketing y la comunicación de masas*. Valencia, Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales. Universitat de Valencia.
- RUEDA, J.C. y CHICHARRO, M. (2006). *La televisión en España (1956-2006)*. Política, consumo y cultura televisiva. Madrid: Fragua.
- RUEDA, J.C. (2005): "La televisión en España: expansión y consumo social, 1963-1969". *Rev. Anàlisi* 32, 45-71
- SABÉS TURMO, Fernando (2002). *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida: Milenio.

- SADABA, M. T. (2001) "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (framing) en comunicación". *Rev. Comunicación y Sociedad*, Vol. XIV, Nº 2, 143-175
- SALÓ, G. (2003): *¿Qué es eso del formato? Como nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa,
- SAMPEDRO, V. (2007). "La McTele frente a los higienistas, los realistas y los demócratas". *Trípodos* (21), 25-39.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, J. R. (1982): *Breve historia de la publicidad*. Madrid: Forja, 1982.
- SÁNCHEZ VILLARROEL, J. (2004): "Análisis dramático-mediático del género teleserie: propuesta inicial", en *Cyber Humanitatis*, nº 29.
- SANTOS DÍEZ, M.T. y PÉREZ DASILVA, J. (2004a). "La consolidación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco". En: *Ámbitos*, núm. 11-12, p. 201-211.
- SANTOS DÍEZ, M.T. y PÉREZ DASILVA, J. (2004b). "El desarrollo de la televisión local en Vizcaya". En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 10, p. 329-338.
- SAPERAS, E. (2007). "La televisión digital y la configuración del escenario político". En: Marzal, Javier y Casero, Andreu (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. La Coruña: Netbiblo.
- SILVERSTONE, R.(1995): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu ediciones.
- SOTO, M. y RIBES, X. (2003). "Del impulso a la inercia. Evolución de la TDT en España". En: Telos, núm. 57. Madrid: Fundación Telefónica, p. 42-51.
- TERRIBAS, M.(Coord.) (2002): *Qualitat i televisió. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directors i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +*. Barcelona. Publicaciones del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC). <http://www.audiovisualcat.net/box0.html>
- TIJERAS, R. (2005). *Las guerras del pirulí: el negocio de la televisión pública en la España democrática*, Barcelona, Debate.
- TUR VIÑES, V. (2004). "Indicadores de calidad en los contenidos audiovisuales de televisión dirigidos a la infancia" En Mínguez Arranz, N.; Villagra García, N.: *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Madrid: Edipo. 115- 124. ISBN: 84-88365-15-2
- TUR-VIÑES, V. (2006 ). "Indicadores de calidad en los contenidos audiovisuales de televisión dirigidos a la infancia". *Campusred. net*, España, octubre
- URRA, J.; CLEMENTE, M. y VIDAL, M. A. (2000) *Televisión: impacto en la infancia*. Siglo XXI de España Editores. Madrid.
- VACAS, F. (1999). "Las televisiones locales en Extremadura". En: *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 7. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- VÁZQUEZ, J.M.(1965): *Los dibujos animados en televisión*; Madrid, TVE
- VELÁZQUEZ GARCÍA TALAVERA, T. (1992): *Los Políticos y la televisión: aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Ariel, Barcelona.
- VELÁZQUEZ GARCÍA TALAVERA, T. (1999): "Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política", en *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 9, pp. 53-60.
- VICENTE MARIÑO, M. (2006). "La cobertura televisiva de la catástrofe del Prestige: cuatro enfoques para una crisis". En Vara, Alfonso; Virgili, Jordi R.; Giménez, Elea y Díaz, Margarita (eds.), *La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M*. Pamplona: EUNSA, pp. 349-360.
- VICENTE MARIÑO, M. (2007). "El noticiario en la televisión del siglo XXI: ¿devaluación o vigencia de un elemento clave en la imagen de las cadenas?". En Moreno, Elsa; Jiménez, Elea; Etayo, Cristina; Gutiérrez, R.; SÁNCHEZ, C. y GUERRERO, J. E. (Eds.) (2007): "Los desafíos de la televisión pública en Europa". Pamplona: EUNSA, pp. 341-354.
- VICENTE MARIÑO, M. (2007). "Política y TV: una revisión del eterno dilema entre la profesionalidad periodística y las cuotas de pantalla". En Moreno, Elsa; Jiménez, Elea; Etayo, Cristina; Gutiérrez, Ruth; Sánchez, Cristina y Guerrero, E. (eds.): *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. Pamplona: EUNSA, pp. 613-626.
- VILCHES, L. (1993): *La Televisión: los efectos del bien y del mal*. Paidós, Barcelona.
- VILCHES, L. (1995): "Introducción: La televerdad. Nuevas estrategias de mediación". Telos nº 43.
- VILCHES, L. (2001): *La migración digital*. Barcelona: Gedisa.
- VILCHES, L. (2002): *La lectura de la imagen: prensa, cine y televisión*, Barcelona, Paidós
- VÍLCHEZ MARTÍN, L.F. (1999): *Televisión y familia: un reto educativo*. PPC.
- WALZER, A. (2009). "Pedagogías del cuerpo. La construcción espec(tac)ular del cuerpo femenino en el reality show español". *Latina* (64), 203-209.