

Bibliografía web

Capítulo 1

- ARRIBAS REYES, E. (2011). “El servicio público de televisión en el Reino Unido: cambio y europeización (1979-2010)”. *Revista Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 6, pp. 11-52.
- BOIX PALOP, A. (2013). “Crisis y transformación del modelo de televisión autonómica en España en el contexto europeo”. *Revista de Derecho de la Unión Europea*, 24, pp. 149-182.
- (2014). “El cierre de Radiotelevisió Valenciana y el encuadre jurídico-constitucional ser servicio público televisivo autonómico en España”. *Quaderns del CAC*, 40, pp. 43-55.
- (2015). “¿Por qué una televisión pública valenciana? Una reflexión sobre su necesidad y, en caso, sobre las directrices para un modelo de radiotelevisión pública valenciana”, en J. RODRÍGUEZ I SANTONJA (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*, pp. 20-49. Valencia: Uno y cero.
- DE LA SIERRA MORÓN, S. (2010). *Derecho del cine: administración cultural y mercado*. Madrid: Iustel.
- DE LA SIERRA MORÓN, S. et al. (2010). *Media policy and regulatory practices in a selected set of European countries, the EU and the Council of Europe: The case of Spain*, Background information report. Mediadem.
- DE MORAGAS, M. (2003). “Do global ó local como referente mediático. A aposta pólos gratuitos”, en VV.AA., *Medios locais e prensa gratuita*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia,.
- DE MORAGAS, M., DÍEZ, M., BECERRA, M. y FERNÁNDEZ ALONSO, I. (2005). “El informe MacBride, 25 años después. Contexto y contenido de un debate inacabado”. *Quaderns del CAC*, 21.
- DOMÉNECH PASCUAL, G. (2014). “La adjudicación de las licencias en el mercado audiovisual”, en A. BOIX PALOP y J. M.^a VIDAL BELTRÁN, *La nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades*, pp. 99-118. Cizur Menor: Thomson-Aranzadi.
- EGEDA (2014). *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2015*. Pozuelo de Alarcón: Egeda.
- FERNÁNDEZ SALMERÓN, M. (2015). *Las licencias audiovisuales: evolución, régimen, desafíos*. Madrid: Marcial Pons.
- GIBBONS, T. y HUMPHREYS, P. (2012). *Audiovisual Regulation under Pressure: Comparative Cases from North America and Europe*. Londres: Routledge.

- GUICHOT REINA, E. *et al.* (2013). *Derecho de la comunicación*. Madrid: Iustel.
- INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (2015). *Boletín informativo 2015*. Madrid: Secretaría de Estado de Cultura.
- LINDE PANIAGUA, E., VIDAL BELTRÁN, J. M.^a y MEDINA GONZÁLEZ, S. (2009). *Derecho audiovisual*. Madrid: Colex.
- LOZANO CUTANDA, B. (2012). “Nuevos modelos de gestión y posibilidad de privatización de las televisiones autonómicas: La Ley 6/2012”. *Diario La Ley*, 7917.
- MACBRIDE, S. *et al.* (1987). *Un solo mundo: voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México D.F.: Fondo de cultura económica.
- MALARET I GARCÍA, E. (2014). “Regulación económica, autoridades independientes y transparencia”, en R. GARCÍA MACHO, *Ordenación y transparencia económica en el Derecho público y privado*, pp. 125-178. Madrid: Marcial Pons.
- MENOR SENDRA, J. (2006). “La producción audiovisual estadounidense. Ascenso y crisis de la metamarca Hollywood”. *Revista Telos*, 69.
- MONTORO FRAGUAS, A. (2007). *El derecho de acceso a la radiotelevisión pública: el acceso del art. 20.3 de la Constitución Española*. Madrid: Dykinson.
- MORENO PALACIOS, B. (2010). *La influencia de la comunicación: la colonización americana a través del cine*. Segovia: Icono 14.
- PEREIRO CÁRCELES, M. (2014). “Los nuevos modos de gestión de las televisiones autonómicas públicas”, en A. BOIX PALOP y J. M.^a VIDAL BELTRÁN, *La nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades*, pp. 349-369. Cizur Menor: Thomson-Aranzadi.
- PÉREZ FEIJOO, P. (2008). *La evolución de la televisión local en el sistema audiovisual. Hacia la desaparición de las emisoras independientes en Galicia. El caso Televiso, 1995-2007*. Pontevedra: Universidade de Vigo.
- SMITH, P. (2008). “BBC charter renewal and the ‘Crisis’ of public service broadcasting”, en K. ROSS y S. PRICE (eds.), *Popular Media and Communication: Essays on Publics, Practices and Processes*, pp.130-151. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- TORNOS MAS, J. (1999). *Las autoridades de regulación de lo audiovisual. Consell Audiovisual de Catalunya*. Madrid.
- UNESCO (2004). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural: una visión, una plataforma conceptual, un semillero de ideas, un paradigma nuevo*, Serie sobre la Diversidad Cultural n.º 1. San Borja (Perú): Unesco.

Capítulo 2

- ABEL VIELLA, F. A. (2002). *La concentración de los medios de comunicación social en los derechos español y comunitario*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales.
- ALCALÁ, M. (2013). “Impacto de la concentración mediática en el pluralismo informativo”. *Derecom*, 15.

- APREZA SALGADO, S. (2013). *Biblioteca Jurídica UNAM México*. Obtenido de *Concentración de medios de comunicación versus pluralismo informativo externo*; disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2444/7.pdf>.
- BENEYTO, J. (1969) “La concentración, ¿fenómeno disfuncional?”, en VV. AA., *La concentración en los medios informativos y publicitarios*. Madrid: Publicaciones de la Escuela Oficial de Periodismo.
- BROGI, E. y PARCU, P. L. (2014). *The Evolving Regulation of the Media in Europe as an Instrument for Freedom and Pluralism*. EUI RSCAS, 2014/09.
- BROGI, E., DOBREVA, A. & PARCU, P. L. (2014). *Freedom of Media in the Western Balkans - Think Tank*. Bruselas: Parlamento Europeo; disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EXPO_STU\(2014\)534_982](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EXPO_STU(2014)534_982).
- BLUMLER, J. G. & GUREVITCH, M. (1995). *The Crisis of Public Communication*. Londres/Nueva York: Routledge.
- CMPF (2013). *European Union Competencies in Respect of Media Pluralism and Media Freedom*; disponible en: <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/26056>
- COMISIÓN EUROPEA (2009). Recomendación de la Comisión Europea de 20 de agosto de 2009 sobre “Media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society (2009/625/Ec)”. Publicado en OJ L 227 de 29.8.2009, pp. 9-12; disponible en: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32009H0625:EN:NOT>
- (2008). “Communicating Europe through audiovisual media Communication to the Commission, SEC (2008)506/2”, 24.4.2008; disponible en: http://ec.europa.eu/dgs/communication/pdf/comm_audiovisual_media_en.pdf.
- (2007). Documento de trabajo de los servicios técnicos in the Member States of the European Union SEC(2007) 32 de 16 de enero de 2007; disponible en: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf.
- (1992) Libro Verde “Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior – Valoración de la necesidad de una acción comunitaria”. COM (92) 480 final, 23 de diciembre de 1992.
- CONSEJO de Europa (2003). *The assessment of content diversity in newspapers and television in the context of increasing trends towards concentration of media markets*, final report on the study commissioned to Mr D. Ward by the Mc-S-MD, Council of Europe, Media Division, Directorate General of Human Rights, Estrasburgo, 2006. *The Impact of Media Concentration on Professional Journalism*, OSCE.
- (2004). *Transnational media concentrations in Europe*, report prepared by the APMD (Advisory Panel to the CDMM on media concentrations, pluralism and diversity questions), Council of Europe, Media Division, Directorate General of Human Rights, Estrasburgo.
- (2008). *Methodology for Monitoring Media Concentration and Media Content Diversity*.
- (1999) (Comité de Ministros). Recomendación n.º R(99)1 sobre medidas para promover el pluralismo en los medios de comunicación; disponible en: <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=399303&Site=CM&BackColorInternet=9999cc&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75>.

- CRAUFURD SMITH, R. & TAMBINI, D. (2012). *Measuring Media Plurality in the United Kingdom: Policy Choices and Regulatory Challenges*. Florencia: Centre for Media Pluralism and Media Freedom/RSC.
- GÁLIK, M. (2010). “Regulating Media Concentration within the Council of Europe and the European Union”, en B. Klimkiewicz (ed.), *Media freedom and pluralism: media policy challenges in the enlarged Europe*. Budapest: Central European University Press.
- GARCÍA CASTILLEJO, Á. (1994). “Concentración de medios o la doctrina del titiritero”. *El País*, 6 de octubre de 1994.
- GARRETT, K., HORRIGAN, J. y RESNICK, P. (2004). *The Internet and Democratic Debate. Pew Internet and American Life Project*; disponible en: http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2004/PIP_Political_Info_Report.pdf.
- HALLIN, D.C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Nueva York: Cambridge University Press.
- HIGH LEVEL GROUP ON MEDIA FREEDOM AND PLURALISM (2013). *A free and pluralistic media to sustain European democracy*; disponible en: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>
- IGLESIAS, F. (2005). *Concentración y pluralismo en la radio española*. Pamplona: Eunsa.
- (2005). *Media Power in Europe: The Big Picture of Ownership*. Belgium: International Federation of Journalists.
- IRION, K. y LEDGER, M. (2014). ‘Measuring independence: Approaches, limitations, and a New Ranking Tool’, en W. Schulz, P. Valcke y K. Irion (eds.), *The Independence of the Media and its Regulatory Agencies*. Chicago: Intellect.
- KU LEUVEN-ICRI (2009). *Independent Study on Indicators for Media Pluralism. Towards a Risk-Based Approach*. European Commission.
- LIVINGSTONE, S. (2003). “On the Challenges of Cross-National Comparative Media Research”. *European Journal of Communication*, 18(4), pp.477–500.
- MOSSBERGER, K., TOLBERT, C. J. y MCNEAL, R. S. (2008). *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge: MIT Press.
- OFCOM (2012). *Ofcom’s report on measuring media plurality*. Londres: Ofcom.
- RHEINGOLD, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier Rev Sub*. Cambridge: The MIT Press.
- PARLAMENTO EUROPEO (2008). Resolución de 25 de septiembre de 2008 sobre concentración y pluralismo en los medios de comunicación en la Unión Europea (2007/2253(INI)); disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/seance_pleniere/textes_adoptes/definitif/2008/0925/0459/P6_TA\(2008\)0459_EN.doc](http://www.europarl.europa.eu/RegData/seance_pleniere/textes_adoptes/definitif/2008/0925/0459/P6_TA(2008)0459_EN.doc).
- (2010). Resolución de 7 de septiembre de 2010 sobre periodismo y nuevos medios de comunicación. Creando un nuevo escenario en Europa (2010/2015(INI)); disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/RegistreWeb/search/resultDetail.htm?language=EN&reference=P7_TA\(2010\)0307&LG=EN&FRAGDOCU=FULL](http://www.europarl.europa.eu/RegistreWeb/search/resultDetail.htm?language=EN&reference=P7_TA(2010)0307&LG=EN&FRAGDOCU=FULL).
- (2011). Resolución de 10 de marzo de 2011 sobre legislación de medios de comunicación en Hungría P7_TA(2011)0094; disponible en [http://www.europarl.europa.eu/RegData/seance_pleniere/textes_adoptes/definitif/2011/0310/0094/P7_TA\(2011\)0094_2_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/seance_pleniere/textes_adoptes/definitif/2011/0310/0094/P7_TA(2011)0094_2_EN.pdf).

- (2012). Resolución de 10 de mayo de 2012 con recomendación a la Comisión sobre la modificación de la regulación (EC) N.º 864/2007 sobre la legislación aplicable a las obligaciones no contractuales (Rome II) (2009/2170(INI)); disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=/ep/text+ta+p7ta20120200+0+doc+xml+v0/en>.
- SÁNCHEZ-TABERNEO, A. (2000). *Dirección estratégica de empresas de comunicación*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- SÁNCHEZ-TABERNEO, A., DENTON, A., LOCHON, P. Y., MOUNIER, P. y WOLDT, R. (1993). *Concentración de la Comunicación en Europa. Empresa comercial e interés público*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.
- SCHULZ, W., VALCKE, P. & IRION, K. (eds.) (2014). *The Independence of the Media and its Regulatory Agencies*. Chicago: Intellect.
- SOTELO GONZÁLEZ, J. (2008). *La concentración transnacional de medios de comunicación en Europa*; disponible en: <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/298.pdf>.
- UNESCO (2007). *Defining Indicators of Media Development*. París.
- UNIÓN EUROPEA (2010). Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea, 2000/C 364/01.
- (2010). Versión consolidada del Tratado de funcionamiento de la Unión Europea; disponible en <http://eurlex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:C:2010:083:som:es:html>.
- VALCKE, P. et al. (2010). “The European Media Pluralism Monitor: Bridging Law, Economics and Media Studies as a First Step towards Risk-Based Regulation in Media Markets”. *Journal of Media Law*, 2(1), pp. 85-113.
- VALCKE, P. (2012). Desafíos de la regulación del pluralismo en los medios en la Unión Europea: el potencial de la regulación basada en el riesgo. *Quaderns del CAC* 38, vol. XV (1), pp. 25-36.
- VAN THILLO (2012). *EU Media Futures Forum. Fast-forward Europe. 8 solutions to thrive in the digital world*.
- WARD, D. (2005). *Media Concentration and Pluralism: Regulation, Realities and the Council of Europe's Standards in the Television Sector*.

Capítulo 3

- ADVANCED TELEVISION SYSTEMS COMMITTEE (2015). *International Telecommunication Union*; disponible en: https://www.itu.int/en/ITU-R/GE06-Symposium-2015/Session4/402%20Richer_ATSC%203_ITU%20Symp.pdf (último acceso: 11 de noviembre de 2016).
- ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET A.C. (2016). *12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016*. Ciudad de México: Infotec Elogia.
- BUSINESSINSIDER (2016). *businessinsider.com*; disponible en: <http://www.businessinsider.com/cable-companies-lose-more-subscribers-as-cord-cutters-grow-2016-5> visto 19 octubre de 2016. (último acceso: 19 de octubre de 2016).

- ERICSSON CONSUMERLAB (2015). *ericsson.com*; disponible en: <http://www.ericsson.com/res/docs/2015/consumerlab/ericsson-consumerlab-tv-media-2015-presentation.pdf> (último acceso: 11 de noviembre de 2016).
- FRANCÉS, M. (2015). “La digitalización de los contenidos audiovisuales en el espacio global. La convergencia y desigualdades”, en *Television everywhere*, pp. 21-33. D. F.: Tintable
- MARTINSSON, E. (2006). *IPTV the future of television?* Gothenburg: Chalmers University of Technology.
- OBITEL (2015). *Relaciones de género en la ficción televisiva: anuario Obitel 2015*. Porto Alegre: Meridional Ltda.
- OROZCO GÓMEZ, G. (2014). Las Audiencias Hoy, Antes y Después”, en S. R. S. d. C.V. (ed.) *TVMORFOSIS*, pp. 53-63. D.F.: Tintable.
- PISCITELLI, A. (2015). “¿La nueva Televisión es la vieja Televisión? De las Arquitecturas de Libertad a las Arquitecturas de Control”, en: *TVMORFOSIS 4 Television Everywhere*, pp. 147-161. México D.F.: Tintable.
- RE:PUBLICA (2015). *Youtube.com*; disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Mzk-iL8KC9o> (último acceso: 11 de noviembre de 2016).
- STATISTA (2016). *statista.com*; disponible en: <https://www.statista.com/outlook/201/116/video-on-demand/mexico#market-revenue> (último acceso: 19 de octubre de 2016).
- (2016). *Statista.com*; disponible en: <https://www.statista.com/statistics/250934/quarterly-number-of-netflix-streaming-subscribers-worldwide/> (último acceso: 19 de octubre de 2016).
- THE COMPETITIVE INTELLIGENCE UNIT (2016). <http://the-ciu.net/>; disponible en: http://the-ciu.net/nwsltr/518_1Distro.html (último acceso: 19 de octubre de 2016).
- UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (2015). *Informe sobre Medición de la Sociedad de la Información 2015*. Ginebra: UIT.
- VAYATELE (2016). *vayatele.com*; disponible en: <http://www.vayatele.com/ficcion-internacional/netflix-asi-son-sus-otras-12-series-locales> (último acceso: 15 de noviembre de 2016).

Capítulo 4

- ALBORNOZ, L. A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.) (2012). *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- BADILO, A. (2010). “Competència, crisi, digitalització i la reordenació de la televisió de proximitat a Espanya”. *Quaderns del CAC*, 35, vol. XIII (2), 23-32.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2016). *Análisis televisivo 2015*. Madrid: Barlovento Comunicación.
- BROWN, A. y Picard, R. G. (eds.) (2005). *Digital Terrestrial Television in Europe*. Mahwah, Nueva Jersey, Londres: Lawrence Erlbaum Associates.
- BUSTAMANTE, E. (2008a). “Modelos internacionales de TDT. La política y los lobbies pueden frustrar las expectativas de diversidad”. *Diálogos de Comunicación*, 77, 1-23.

- (2008b). *La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad*. Madrid: Fundación Alternativas.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2016). *Regional and Local Broadcasting in Europe*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory, Consejo de Europa.
- EUROPEAN PLATFORM OF REGULATORY AUTHORITIES (EPRA) (2015). *Local/Regional TV: Financing Models*. Background Comparative Document. 42nd EPRA Meeting, Núremberg, 28-30 octubre 2015. Documento en línea: <http://www.epra.org/attachments/nuremberg-wg3-local-regional-tv-financing-models-background-comparative-document>.
- FRANCÉS, M. (2015). “La producción audiovisual ante la crisis del sistema televisivo. El caso de RTVV”, en J. Marzal, *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, pp. 187-215. Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Publicacions de la Universitat de València.
- FURNÉMONT, J. F. y JANSSEN, M. (2016). “Viable local and regional television channels”, en European Audiovisual Observatory, *Regional and Local Broadcasting in Europe*, pp. 111-116. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory, Consejo de Europa.
- GIFREU, J. (2014). *El català a l'espai de comunicació. El procés de normalització de la llengua catalana als mitjans (1976-2013)*. Bellaterra, Castelló de la Plana, València: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Publicacions de la Universitat de València.
- HOSKINS, C., MCFAYDEN, S. y FINN, A. (1997). *Global television and film*. Oxford: Oxford University Press.
- KEVIN, D. (2016). “Regional and local television in Europe: a vast and varied panorama”, en European Audiovisual Observatory, *Regional and Local Broadcasting in Europe*, pp. 45-53. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory, Consejo de Europa.
- (2015). *Snapshot: Regional and local television in Spain*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.
- LANGDALE, J. (1997). “East Asian broadcasting industries: Global, regional, and national perspectives”. *Economic Geography*, vol. 73, pp. 305-21.
- MCGONAGLE, T. y VAN EIJK, N. (2016). “Introduction”, en European Audiovisual Observatory, pp. 11-21. *Regional and Local Broadcasting in Europe*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory, Consejo de Europa.
- MORAGAS, M., GARITAONANDÍA, C. y LÓPEZ, B. (1999). *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions; Publicacions de la Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València, Servei de Publicacions.
- MORAGAS, M., PRADO, E. y LÓPEZ, B. (2000). “Televisió de proximitat i servei públic: dos conceptes íntimament lligats”, en M. Moragas y E. Prado, *La televisió pública a l'era digital*, pp. 289-297. Barcelona: Pòrtic.
- OFCOM (2009). *Local and Regional Media in the UK*. Londres: Ofcom.

- PRADO, E. (2004). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Madrid: Fundación Alternativas.
- WAGNER-HATFIELD (2015). *Perspectives de Développement de la Television Regionale*. Estudio realizado para el OFCOM. Documento en línea: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/en/home/electronic-media/zahlen-und-fakten/studies/regional-tv--the-challenges.html>.
- WAISBORD, S. (2000). “Industria global, cultural y política locales: La internacionalización de la televisión latinoamericana”. *America Latina Hoy*, vol. 20, pp. 77-85.
- WATERMAN, D. y ROGERS, E. (1994). “The economics of television program production and trade in Far East Asia”. *Journal of Communication*, vol. 44 (3), pp. 89-111.

Capítulo 5

- AITKEN, R. (2007). *Can we trust the BBC?* Londres: Continuum.
- AZURMENDI ADARRAGA, A. (2007). *La reforma de la televisión pública española*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- BARNETT, S. (2016). The BBC White Paper is a recipe for long-term decline. *Our Beeb. The future of BBC*.
- BBC (2014). *Welcome to Broadcasting House*. Londres: BBC.
- BBC TRUST (2014) *Review of BBC Television*; disponible en: http://www.bbc.co.uk/bbctrust/our_work/services/television/service_reviews/television_services.html (3/16, 2016).
- BORN, G. (2004). *Uncertain vision: Birt, Dyke, and the reinvention of the BBC*. Londres: Vintage.
- BUSTAMANTE, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- CAMPO VIDAL, M. (1996). *La transición audiovisual pendiente*. Barcelona: Ediciones B.
- CLEMENTI, S.D. (2016). *A review of the governance and regulation of the BBC*. Londres: Crown.
- COMMONS SELECT COMMITTEE (2016). *Report into BBC Charter review*; disponible en: <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm201516/cmselect/cmcomeds/398/39808.htm> (05/05, 2016).
- CONSEJO DE INFORMATIVOS TVE (2014). *El Cdi de TVE reclama un cambio en los informativos*. Madrid: RTVE.
- CURRAN, J. (2005). *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer.
- DAHLGREN, P., MURDOCK, G. y WIETEN, J. (2000). *Television across Europe*. Londres: Sage Publications.
- DE MORAGAS, M., GARITAONANDÍA, C. y LÓPEZ, B. (1999). *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra (Barcelona): Universitat Autònoma de Barcelona.
- DEBRETT, M. (2014). *Reinventing public service television for the digital future*. Bristol: Intellect.

- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORTS (2016). *BBC Charter review public consultation: Summary of responses*. Londres: Crown.
- (2016). *A BBC for the future: a broadcaster of distinction*; disponible en: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/522824/DCMS_A-BBC-for-the-future_linked__1_.pdf.
- (2015). *BBC Charter review public consultation*. Londres: Crown.
- (2006). *A public service for all: the BBC in the digital age*; disponible en: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/272256/6763.pdf (2/9, 2015).
- EUROPEAN BROADCASTING UNION (2015). *Assessing transparency*. Génève: EBU.
- FREEDMAN, D. (2016). *Decoding the BBC White Paper*; disponible en: <https://www.opendemocracy.net/ourbeeb/des-freedman/decoding-BBC-white-paper>.
- GAVALDÀ ROCA, J. (2014). “La política de la comunicación de la crisis”, en M. FRANCÉS, J. GAVALDÀ ROCA, G. LLORCA ABAD y À. PERIS PLANES (eds.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp. 81-121. Barcelona: Gedisa.
- HALL, T. (2016). *Speech to the Media & Telecoms Conference*; disponible en: <https://www.opendemocracy.net/ourbeeb/tony-hall/could-government-appointees-threaten-bbc-s-independence> (2/25, 2016).
- HALLIN, D. y MANCINI, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- LOWE, G. F. y STEEMERS, J. (2012). *Regaining the initiative for public service media*. Göteborg: Nordicom.
- LOWE, G. F. y YAMAMOTO, N. (2016). *Crossing borders and boundaries in Public Service Media*. Göteborg: Nordicom.
- MAIR, J., TAIT, R. y KEEBLE, R.L. (2014). *Is the BBC in crisis*. Bury St. Edmunds, Suffolk: Abramis.
- MARTORI, A. (2015). La descentralització informativa en el model de televisió escocès. *Quaderns del CAC*, XVIII(41), pp. 67-75.
- OJER GOÑI, T. (2009). *La BBC, un modelo de gestión audiovisual en tiempos de crisis*. Sevilla: Euroeditions.
- RICHERI, G. (2005). *Le televisione pubbliche nelle regioni d'Europa*. Roma: RAI.
- SCHLESINGER, P. (1987). *Putting reality together: BBC News*. Londres: Methuen.
- SEHL, A., CORNIA, A. y NIELSEN, R. K. (2016). *Public Service News and Digital Media*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- SOENGAS PÉREZ, X. y RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I. (2014). “El control gubernamental en RTVE y el pluralismo en los informativos”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 21(2), pp. 1225-1240.
- TAMBINI, D. (2016). *Can the new Charter protect BBC independence?*; disponible en: <https://inform.wordpress.com/2016/02/03/can-the-new-charter-protect-bbc-independence-damian-tambini/> (3/16, 2016).

Capítulo 6

- AGUADO, J. M. y MARTÍNEZ, I. J. (2012). “El medio líquido: la comunicación móvil en la sociedad de la información”, en F. SIERRA, F. J. MORENO y C. VALLE (coords.), *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*, pp. 119-175. Barcelona: Gedisa.
- ALONSO, N. (2016). “Nuevas formas de consumo televisivo en un nuevo escenario mediático”, en M. FRANCÉS y G. OROZCO (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 277-289. Madrid: Síntesis.
- BADILLO, A. (2005). “La desregulación invisible: el caso de la televisión local por ondas en España”. *Eptic online - Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. VII, n.º 1; disponible en <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/346/527> (con acceso el 22-04-2016).
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2005-2015). “Audiencias Tv”; disponibles en <http://www.barloventocomunicacion.es/publicaciones.html>.
- COROMINAS, M. et al. (2007). Televisión digital terrestre local (TDT-L) en España: los concesionarios privados. *Zer: revista de estudios de Comunicación=Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 22, pp. 69-95.
- DITRENDIA (2016). “Informe Mobile en España y en el Mundo 2016”. Disponible en <http://www.ditrendia.es>.
- DOYLE, G. (2010) “From television to multi-platform: Less from more or more for Less?”. *Convergence*, 4, pp. 431-449.
- IDESCAT (INSTITUT D’ESTADÍSTICA DE CATALUNYA). Disponible en <http://www.idescat.cat/es/>.
- FERRERAS, E. M. (2012). “Televisión autonómica y redes sociales”, en J. C. MIGUEL y M. Á. CASADO (coords.), *Televisión autonómica: evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 277-307. Barcelona: Gedisa.
- GILLAN, J. (2011). *Television and new media*. Nueva York: Routledge.
- INFOADEX (2009-2015). “La inversión publicitaria en España”; disponible en <http://www.infoadex.es>.
- LÓPEZ, B., RISQUETE, J. y CASTELLÓ, E. (1999). “España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal”, en M. DE MORAGAS, C. GARITAONANDÍA y B. LÓPEZ (eds.), *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, pp. 141-193. Servei de Publicacions UAB.
- LÓPEZ, X., SOENGAS, X. y RODRÍGUEZ, A.I. (2016). “La televisión de proximidad como eje de la oferta audiovisual cercana. El papel de TVG en Galicia”. *AdComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 11, pp. 61-73.
- LLORCA, G. (2014). “Tendencias en la creación de contenidos audiovisuales”, en M. FRANCÉS, J. GAVALDÀ, G. LLORCA y À. PERIS (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp. 323-347. Barcelona: Gedisa.
- (2016). “Los usuarios activos ante los contenidos transmedia”, en M. FRANCÉS y G. OROZCO (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 293-303. Madrid: Síntesis.

- MARZAL FELICI, J. y CASERO RIPOLLÉS, A. (2007). *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblio.
- (2008). “La investigación sobre televisión local en España: nuevas agendas ante el reto de la digitalización”. *Zer: revista de estudios de Comunicació=Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 25, pp. 83-106.
- (2015). *Las televisiones públicas del siglo XXI*. Barcelona: Servei de publicacions UAB.
- MEDINA, M. y PORTILLA, I. (2016). “Televisión multipantalla y la medición de su audiencia: el caso de las televisiones autonómicas”. *Icono* 14, vol. 14, 2, pp. 377-403.
- MESO, K., LARRONDO, A., LARRAÑAGA, J. y AGIRREAZCUENAGA, I. (2010). “La participación de la audiencia en los sitios web de televisión: un estudio de caso de las emisoras públicas autonómicas en España”. *Prisma.com*, 12.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. y CASADO, M. A. (2012). *Televisiones autonómicas: evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.
- MORAGAS, M. D., GARITAONANDÍA, C. y LÓPEZ, B. (1999). “Televisión de proximidad en la era digital: razones para el optimismo”, en M. de MORAGAS, C. GARITAONANDÍA y B. LÓPEZ (eds.), *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*, pp. 15-43. Barcelona: Servei de Publicacions UAB.
- PRADO, E. (2004). “La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital”. Documento de trabajo 60/2004. Madrid: Fundación Alternativas.
- QUINTÁS, N. y GONZÁLEZ, A. (2013). “Twitter, la televisión y la audiencia social. ¿Por qué triunfa un espacio en la audiencia social?” Disponible en: www.foro14.com/wp-content/uploads/2014/02/31.-González-Quintás.pdf (con acceso el 25-09-2015).
- (2014). “Audiencia tradicional frente a audiencia social: un análisis comparativo en el prime time televisivo”. *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 1, 5, pp. 105-121.
- (2014). “Audiencias activas: participación de la audiencia social en la televisión”. *Comunicar*, 43, pp. 83-90.
- RODRIGO ALSINA, M. (2001). *Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Servei de Publicacions de la UAB.
- VACA, R. (2015). “Hacia un nuevo consumo audiovisual: TV e Internet”, en M.FRANCÉS, G. LLORCA, À. PERIS (coords.), *La televisión conectada en el entorno transmedia*, pp. 145-167. Ediciones Universidad de Navarra.

Capítulo 7

- ABRIL, G. (1997). *Teoría general de la información: datos, relatos y ritos*. Madrid: Cátedra.
- ÁLVARO, J. (2015). “Discutir-ho tot no és el problema, és la solució”, en J. RODRÍGUEZ i SANTONJA (ed.), *Present, passat i futur d’RTVV*, pp. 46-62. Valencia: Uno y Cero Ediciones.

- BUSTAMANTE, E. (2011). “Los escenarios televisivos digitales: contenidos de calidad en la nueva escritura audiovisual”, en M. FRANCÉS DOMÈNEC (coord.), *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*, pp. 41-68. IORTVE: Madrid.
- (2013). *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- (2014). “El caso español: mutación ideológica de modelos”, en M. FRANCÉS DOMÈNEC, J. GAVALDÀ ROCA, G. LLORCA ABAD y A. PERIS BLANES (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp. 15-28. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E., DÍAZ ARIAS, R., SOLER, P., AGUILAR, M. y CAMACHO, M. (2016). “La radiotelevisión pública en el marco de la crisis. España, 2015: un nuevo modelo para un tiempo nuevo”, en M. FRANCÉS DOMÈNEC y G. OROZCO GÓMEZ (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 43-58. Madrid: Editorial Síntesis.
- BUONANNO, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona: Gedisa.
- CASADO, M. A., GUIMERÀ, J. A. y MIGUEL, J. C. (2016). “Impacto de los recortes en las televisiones autonómicas en la industria audiovisual: los casos de Euskadi y Cataluña (2007-2014)”. *Communication & Society*, 29 (4), pp. 9-28.
- CASTELLÓ, E. (2007). *Sèries de ficció i construcció nacional. Imaginant una Catalunya televisiva*. Tarragona: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.
- CASTORIADIS, C. (2003). *La institución imaginaria de la sociedad*. Vol. I y II. Barcelona: Tusquets Editores.
- COL·LECTIU BLASCO (2014). *Reset RTVV. Per unes polítiques de comunicació al servei de la societat*. Benicarló: Onada Edicions.
- DE MORAGAS, M. y PRADO, E. (2000). *La televisió pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic.
- DE MORAGAS, M., GARITAONANDIA, C. y LÓPEZ, B. (eds.) (1999). *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- EDENSOR, T. (2015). “Reconsiderant les temporalitats nacionals”, en F. ARCHILÉS (ed.), *La persistència de la nació. Estudis sobre nacionalisme*, pp. 241-275. Catarroja-Valencia: Afers-Publicacions de la Universitat de València.
- FISKE, J. y HARTLEY, J. (2003). *Reading television*. Londres-Nueva York: Routledge.
- FLORS, B. y CLIMENT, V. (eds.) (2013). *Adéu RTVV: crònica del penúltim fracàs de la societat valenciana*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- FRANCÉS i DOMÈNEC, M. (2015). “Els continguts digitals en el marc de la multidifusió digital. Noves rutines productives en la comunicació de proximitat valenciana”, en J. RODRÍGUEZ i SANTONJA (ed.), *Present, passat i futur d'RTVV*, pp. 112-150. Valencia: Uno y Cero Ediciones.
- FRANCÉS i DOMÈNEC, M. y PERIS BLANES, À. (2016). “La ficción televisiva en la producción audiovisual española”, en G. OROZCO GÓMEZ (coord.). *TVMorfosis 5. La creatividad en la era digital*, pp. 81-109. México: Productora de Contenidos Culturales Sahagón Repoll.
- GAUNLETT, D. y HILL, A. (1999). *TV Living. Television, Culture and Everyday Life*. Londres-Nueva York: Routledge.

- GAVALDÀ, J. (2014). “La política de comunicación de la crisis”, en M. FRANCÉS DOMÈNEC, J. GAVALDÀ ROCA, G. LLORCA ABAD y A. PERIS BLANES (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp. 81-119. Gedisa: Barcelona.
- GIFREU, A. (2013). *El documental interactivo. Evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- MARZAL, J. J. (ed.) (2015). *Las televisiones autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Castellón: Universitat Jaume I.
- MARZAL, J. J., CASERO, A. e IZQUIERDO, J. (eds.) (2015). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Castellón: Universitat Jaume I.
- MARZAL FELICI, J. y SOLER CAMPILLO, M. (2016). “Retos de la futura radiotelevisión pública de la Comunidad Valenciana. Un espacio para la aplicación de buenas prácticas públicas”, en M. FRANCÉS i DOMÈNEC y G. OROZCO GÓMEZ (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 121-134. Editorial Síntesis: Madrid.
- MAJÓ, J. (2009) “La televisión pública: financiación y contenidos”, en M. FRANCÉS DOMÈNEC (coord.), *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la televisión digital*, pp. 227-240. Editorial Gedisa: Barcelona.
- MOLLÀ, T. (2009). *Quina televisió pública? Amenaces i oportunitats a l'era digital*. Alzira: Edicions Bromera.
- MORIN, E. (1962). *El espíritu del tiempo: ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid: Taurus.
- OLIVA, M. (2013). *Telerrealidad, disciplina e identidad. Los makeover shows en España*. Barcelona: UOC.
- PERIS BLANES, À. (2009). “La tele-realidad y la televisión pública, una coexistencia difícil”, en M. FRANCÉS i DOMÈNEC (coord.), *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la Televisión Digital*, pp. 299-310. Barcelona: Gedisa.
- (2012) “Nuevos caminos para la ficción: aproximación a las webseries españolas”, en G. LLORCA ABAD, M. IGLESIAS GARCÍA y À. PERIS BLANES (eds.), *La comunicación digital. Perspectivas y experiencias en la Comunidad Valenciana*, pp. 189-202. Valencia: Tirant Humanidades.
- (2014). “El modelo público de televisión autonómica: una crisis anunciada y retransmitida en directo”, en M. FRANCÉS i DOMÈNEC, J. GAVALDÀ ROCA, G. LLORCA ABAD y À. PERIS BLANES (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp. 195-233. Barcelona: Gedisa.
- (2015a). “Canal 9 i el sector audiovisual valencià: una relació traumàtica”, en J. RODRÍGUEZ i SANTONJA (ed.) *Present, passat i futur d'RTVV*, pp. 63-99. Valencia: Uno y Cero Ediciones.
- (2015b). “El relato transmedia en la ficción histórica para televisión”, en M. FRANCÉS i DOMÈNEC, G. LLORCA ABAD y À. PERIS BLANES (coords.), *La televisión conectada en el entorno transmedia*, pp. 113-142. Pamplona: EUNSA.
- (2015c). “La identitat valenciana regionalista a través de la ficció televisiva *L'Alqueria Blanca*”. *Arxius de Ciències Socials*, 32, pp. 225-240.
- (2016). “Imaginar la nació a través de la ficció televisiva: memòria, proximitat i vida diària”. *Debats. Revista de cultura, poder i societat*, 130 (1), pp. 31-47.

- RICOEUR, P. (1999). *Historia y narratividad*. Barcelona: Paidós.
- ROIG, A. (2009). *Cine en conexión. Producción industrial y social en la era 'cross-media'*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- RUEDA LAFFOND, J. C. y CORONADO RUIZ, C. (2016). “Historial Science Fiction: From Television Memory to Transmedia Memory in El Ministerio del Tiempo”. *Journal of Spanish Cultural Studies*, DOI: 10.1080/14636204.2015.1135601 (Consulta: 29 de abril de 2016).
- SCOLARI, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SILVERSTONE, R. (1996). *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- TERRIBAS, M. (2002). “El discurs dels executius televisius sobre la qualitat en el sector públic i privat”. *Quaderns del CAC*, 13, pp. 13-25.
- TOUS, A. (2010). *La era del drama en televisión*. Barcelona: UOC.
- WILLIAMS, R. (2003). *Television*. Londres-Nueva York: Routledge.
- XAMBÓ, R. (2013) “RTVV: de l’esperança a la manipulació i el saqueig”. *L’Espill*, 43, pp. 88-97.
- ZALLO, R. (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Capítulo 8

- ANDERSON, C. (2007). *La economía long tail*. Barcelona: Urano.
- BOCZKOWSKI, P. J. (2010). *News at work: Imitation in an age of information abundance*. Chicago: University of Chicago Press.
- CAMPOS FREIRE, F. (2015). “Periodismo y metamedios sociales”, en LÓPEZ-GARCÍA, X. y CAMPOS FREIRE, F. (eds.), *Periodismo en cambio*. Porto: *Media XXI*, 115-147.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2010). “Prensa en Internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia”. *El profesional de la información*, 19 (6), pp. 595-601.
- (2012). “Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital”. *Comunicar*, 39, pp. 151-158.
- (2014). La pérdida de valor de la información periodística: causas y consecuencias. *Anuario ThinkEPI*, 8, pp. 256-259.
- (2016). “Entre la incertidumbre y la experimentación: nuevos modelos de negocio del periodismo en el entorno digital”, en SÁNCHEZ GONZALES, H. M. (ed.), *Nuevos retos para el periodista. Innovación, creación y emprendimiento*. Valencia: Tirant lo Blanch, 17-41.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. e IZQUIERDO-CASTILLO, J. (2013). “Between Decline and a New Online Business Model: The Case of the Spanish Newspaper Industry”. *Journal of Media Business Studies*, 10 (1), pp. 63-78.
- CASERO-RIPOLLÉS, A., GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. y FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J. (2015). “The politicisation of journalism in Spain: three obstacles to the professional autonomy of journalists”. *Anàlisi* 53, pp. 95-109.

- COMISSIÓ D'EXPERTS EN COMUNICACIÓ DE LES UNIVERSITATS VALENCIANES (2015). *Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió*; disponible en: https://www.researchgate.net/publication/296704484_Bases_per_a_la_renovacio_de_l_espai_comunicatiu_valencia_i_la_restitucio_del_servei_public_de_radiotelevisio.
- DE LARA GONZÁLEZ, A. *et al.* (2015). "Ranking de innovación periodística 2014 en España: Selección y análisis de 25 iniciativas". *El profesional de la información*, 24 (3), pp. 235-245.
- GARCÍA-Avilés, J. A. (2016). "La información ya no es lo que era". Diez propuestas sobre el periodismo en la Sociedad Red. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (RAE-IC)*, 3 (5), pp. 1-8.
- GUALLAR, J. *et al.* (2016). Re-dissemination of news and public debate on social networks. *El profesional de la información*, 25 (3), pp. 358-366.
- GUILLAMET, J. (2002). "Pasado y futuro de la prensa local", en R. López Lita, F. Fernández Beltrán y A. Durán (eds.), *La prensa local y la prensa gratuita*, pp. 181-196. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- JARVIS, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Barcelona: Gestión 2000.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- (2015). *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
- KOVACH, B. y ROSENSTIEL, T. (2001). *The Elements of Journalism*. Nueva York: Three Rivers Press.
- LARRONDO URETA, A. (2016). La convergencia multimedia y su impacto en las redacciones de las radiotelevisiónes públicas de proximidad. Un análisis de caso. *adComunica*, 11, pp. 23-42.
- LÓPEZ, G. (2015). *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones.
- LÓPEZ-GARCÍA, X. (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones.
- (2015). "La renovación de los elementos del periodismo", en X. López-García y F. Campos Freire (eds.), *Periodismo en cambio. Porto: Media XXI*, 187-214.
- LÓPEZ-GARCÍA, X., NEGREIRA-REY, M. C. y RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A. I. (2016). "Cibermedios hiperlocales ibéricos: El nacimiento de una nueva red de proximidad". *Cuadernos.info*, 39, pp. 225-240.
- LÓPEZ GARCÍA, X., SOENGAS PÉREZ, X. y RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I. (2016). "La televisión de proximidad como eje de la oferta audiovisual cercana. El papel de TVG en Galicia". *adComunica*, 11, pp. 61-73.
- MARZAL, J., IZQUIERDO, J. y CASERO-RIPOLLÉS, A. (2015). *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Valencia y Castellón: Aldea Global.
- MÆGLIN, P. (2007). "Des modèles socio-économiques en mutation", en P. Bouquillione Y. Combes (dir.), *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, pp. 151-162. París: L'Harmattan.

- NAPOLI, P. M. (2010). Revisiting “mass communication” and the “work” of the audience in the new media environment. *Media, Culture & Society*, 32(3), pp. 505–516.
- PARDO-BALDEÓN, R. S. (2016). “Nuevos proyectos de periodistas emprendedores en el escenario hiperlocal: el caso de la provincia de Castellón”. *El profesional de la información*, 25(3), pp. 423-430.
- PÉREZ-SOLER, S. y MICÓ-SANZ, J. L. (2015). “El mito de la conversación global. Usos de *Twitter* en las redacciones periodísticas catalanas y belgas”. *El profesional de la información*, 24 (3), pp. 246-255.
- SINGER, J. B. *et al.* (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- SCOLARI, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SMYRNAIOS, N. y REBILLARD, F. (2011). “Entre coopération et concurrence: Les relations entre infomédiaires et éditeurs de contenus d’actualité”. *Concurrences*, 3, pp. 13-42.
- THUSSU, D. K. (2007). *News as entertainment: The rise of global infotainment*. Londres: Sage.
- VILLI, M., MATIKAINEN, J. & KHALDAROVA, I. (2016). “Recommend, Tweet, Share: User-Distributed Content (UDC) and the Convergence of News Media and Social Networks”, en A. LUGMAYR y C. DAL ZOTTO (eds.). *Media Convergence Handbook Vol. 1. Journalism, Broadcasting, and Social Media Aspects of Convergence*. Heidelberg: Springer, 289-306.

Capítulo 9

- AIMC (2015). Resumen general de resultados EGM. De octubre 2014 a mayo 2015. (publicación en línea); disponible en <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> (con acceso el 13/06/2016).
- AIMC Q PANEL (2015). “El 53% de la población accede a internet mientras ve la TV”. (publicación en línea); disponible en <http://www.aimc.es/El-53-de-la-poblacion-accede-a.html> (con acceso el 11/06/2016).
- ALBORNOZ, L. A. y CAÑEDO RAMOS, A. (2015). “La reflexión académica sobre la televisión autonómica en España: entre la reivindicación de la diversidad y la denuncia por manipulación política”, en J. Marzal (ed.), *Las Televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, pp. 29-53.
- ÁLVAREZ MONZONCILLO, J. M. y ARTERO MUÑOZ, J. P. (2011). *La Televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios*. Barcelona: Ariel.
- ANTON, L. y GUALLAR, J. (2014). “Análisis de los archivos audiovisuales en internet de las televisiones autonómicas españolas”. *Revista española de Documentación Científica*, vol. 37, 1.
- ÁVILA, C. (2014). “Como medir el engagement en Facebook” (publicación en línea); disponible en <http://www.claraavilac.com/2014/11/03/como-medir-el-engagement-en-facebook/> (con acceso el 20-08-2016).

- AZURMENDI ADARRAGA, A., LÓPEZ VIDALES, N. y MANFREDI MAYORAL, J. L. (2014). “La reforma de la televisión pública autonómica en el nuevo marco legal audiovisual (Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual)”. *Derecom*, 18, pp. 1-28.
- BENTON, J. (2011). ““Like”, “share” and “recommend”: How the warring webs of social media will influence the news’ future” (publicación en línea); disponible en <http://www.niemanlab.org/2011/02/like-share-and-recommend-how-the-warring-verbs-of-social-media-will-influence-the-news-future/> (con acceso el 98/05/2016).
- BERGER, J. y MILKMAN, K.L. (2012). “What Makes Online Content Viral?”. *Journal of Marketing Research*, 49(2), pp. 192-205.
- CAMPOS FREIRE, F. (2008). “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales”. *Revista Latina de comunicación social*, 63, pp. 287-293.
- (2012). “Modelos de financiación de las televisiones públicas autonómicas”, en *Televisiones autonómicas: Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 143-172.
- (2015). “Las estrategias europeas para la televisión conectada a internet: Hacia un nuevo ecosistema audiovisual híbrido y convergente”. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 9(0), pp. 37-58.
- CASADO DEL RÍO, M. A. (2012). “Las televisiones autonómicas y la producción audiovisual local: balance desigual de una alianza necesaria”, en *Televisiones autonómicas: Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 201-221.
- CASTELLÓ Martínez, A. (2013). “El uso de hashtags en Twitter por parte de los programas de televisión españoles”. *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*, vol. 1
- CASTELLS, M. (1999). *La Sociedad red*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- FERNÁNDEZ ALONSO, I. y FERNÁNDEZ VISO, A. (2012). “¿Cómo se gobiernan las televisiones autonómicas? órganos de gestión, injerencia política y fragilidad de los mecanismos de control”, en *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 119-142.
- FERNÁNDEZ Gómez, E. (2013). “Con el móvil en la mano: la aportación de ANT3.0 y Twitter a la serie de televisión El Barco”. *I Congreso Internacional de Comunicación y Sociedad Digital*, Vol. 1.
- FERNÁNDEZ, T. y VALENCIA, A. (2014). “La gestión de las redes sociales en los servicios públicos de radiodifusión públicos europeos”. *VI Congreso Internacional de la Sociedad Latina de Comunicación Social*, pp. 1-23.
- FERRERAS RODRÍGUEZ, E. M. (2011). “La estrategia de la corporación EITB en Facebook y Twitter”. *Razón y Palabra*, 76.
- FUNDACION TELEFÓNICA (2014). “Informe sobre la Sociedad de la Información en España” (publicación en línea); disponible en http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/?itempubli=323 (con acceso el 28/05/2016).
- GARCÍA GALERA, M. del C. y RUIZ MAUS, M.-K. (2011). “Televisión y redes sociales: la convergencia de los medios y las audiencias”. *II Congreso Internacional Sociedad Digital*, vol. 2, pp. 788-801.

- GARCÍA MIRÓN, S. (2010). “Televisión y redes sociales: presencia de la estrategia 3.0 de Antena 3 en Facebook”. *II Congreso Internacional de Comunicación*, vol. 3, pp. 85-104.
- GONZÁLEZ DEL VALLE BRENA, A. y BERLANGA FERNÁNDEZ, I. (2014). “Presencia de cadenas televisivas españolas en Facebook: ¿una ocasión para el diálogo perdida?”, en *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada*, pp.541-552.
- GRUZ, A., DOIRON, S. y MAI, P. (2011). “Is the happiness contagious online? A case of twitter and the 2010 Winter Olympics”, en *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, pp. 1-9
- GUIMERÀ I ORTS, J. Á. (2012). “La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España”, en *La televisión autonómica. Claves para la evolución del modelo*, pp. 33-57.
- IAB (2015). “VI Estudio Redes Sociales de IAB Spain” (publicación en línea); disponible en http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Estudio_Anual_Red_Sociales_2015.pdf (con acceso el 22/06/2016).
- INE (2014). “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares” (publicación en línea); disponible en <http://www.ine.es/prensa/np864.pdf> (con acceso el 04/04/2016).
- JENKINS, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- LARA, T. (2008). “La nueva esfera pública”. *Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 76, pp. 128-131.
- LORENTE CANO, M. (2011). “Social Tv en España: concepto, desarrollo e implicaciones”. *Cuadernos de Gestión de la Información*, 1, pp. 55-64.
- MALLABIABARRENA ACERECHO, I. y MESO AYERDI, K. (2011). “Uso de la redes sociales en las televisiones autonómicas. Análisis del caso vasco EITB”, en Asociación de Periodistas de Aragón, *La investigación en periodismo digital: algunos trabajos desde el ámbito universitario*, pp. 140-149.
- MARZAL FELICI, J. J., IZQUIERDO CASTILLO, J. y CASERO RIPOLLÉS, A. (2015). *La crisis de la televisión pública: el caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Valencia: Publicacions de la Universitat de València.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. (2012). “Introducción”, en *Televisiones autonómicas: Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 19-32.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. y CASADO DEL RÍO, M. (2015). “La crisis de la radiotelevisión pública autonómica”, en J. MARZAL y A. CASERO (eds.), *La crisis de la televisión pública: el caso RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 61-77.
- MONEDERO MORALES, C. del R. (2013). “Presencia de las televisiones municipales en redes sociales e Internet como nueva vía de conexión con la audiencia: el caso de la Comunidad Andaluza”. *V Congreso Latino de Comunicación Social*, pp. 1-13.
- NOGUERA VIVO, J. M. (2010). “Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 176-186.
- ORIHUELA, J. L. (2015). *Los Medios después de Internet*. Barcelona: UOC.
- RICHERI, G. (2005). *Le televisioni pubbliche nelle regioni d'Europa*. RAI-ERI, Ed.
- RODRÍGUEZ RUIBAL, A. (2013). “Uso y funciones de Twitter en periodistas españoles”. en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, pp. 963-969.

- ROEL, M. (2012). “Televisión pública autonómica: aproximación al comportamiento de las audiencias y al modelo de programación”, en *Televisión autonómica. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 59-85.
- ROSAS MANTECÓN, A. (2010). “Del público al prosumidor. Nuevos retos para los estudios de consumo cultural”. *Entretextos*, pp. 37-42.
- SARABIA, I. y SÁNCHEZ, J. (2012). “La externalización de la producción de los programas informativos en la televisión pública y su repercusión en el mercado audiovisual regional”, en *Televisión autonómica: Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, pp. 173-199.
- TUBELLA, I. y TABERNERO, C. (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: Ed. Ariel.

Capítulo 10

- ACCENTURE (2012). *Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España*.
- ATTALI, J. (1995). *Ruidos. Ensayo sobre la economía política de la música*. México: Siglo XXI.
- CECUV (2015). *Bases para la renovación del espacio comunicativo valenciano y la restitución del servicio público de radiotelevisión. Informe de la Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas (CECUV)*; disponible en <http://documents.uji.es/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/7aeea0b3-9c8f-469a-8ba3-59a5a45607e5/inf-cecuv.pdf?guest=true>.
- FANDIÑO, X. (2012). *Do palco ó escenario. Unha aproximación analítica á industria da música nas festas populares de Galicia*. ; disponible en http://www.culturagallega.org/imaxes/docs/do_palco_o_escenario.pdf (Último acceso: 30/07/2016).
- HORMIGOS, J. C. A. (2004). “La construcción de la identidad juvenil a través de la música”. *Revista española de sociología*, 4, pp. 259-70.
- LÓPEZ, B. (1990). “La televisión en las regiones de Europa una investigación pionera”. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 1, pp. 79-92.
- MARTEL, F. (2011). *Cultura “mainstream”: cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Taurus.
- MARTÍ, J. (2000). *Más allá del arte. La música como generadora de realidades sociales*. Sant Cugat del Vallès: Deriva Editorial.
- MASKEL, P. C. (2016). *Music Consumer Insight Report 2016*; disponible en <http://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2016.pdf>.
- PERIS, À. (2016). “Imaginar la nació a través de la ficció televisiva: memòria, proximitat i vida diària”. *Debats*, 130 (1), pp. 31-47.
- PRADO, E. (2015). “Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente”, en J. MARZAL y A. CASERO-RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública: el caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Barcelona, Bellaterra, Castellón y Valencia: Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I y Publicacions de la Universitat de València, Col.lecció Aldea Global, pp. 39-59.

- (2009). Retos de la convergencia digital para la televisión. *Quaderns del CAC*, 31-32 pp. 33-45.
- (2008). “Líneas de desarrollo de la televisión digital local”, en R. F. LÓPEZ y F. DURÁN, (eds.), *La televisión digital ante el fin de la era analógica*, pp. 79-92. Castellón: Publicaciones de la Universitat Jaume I.
- PROMUSICAE (2013). *Libro blanco de la música en España*; disponible en <http://www.promusicae.es/libroblanco/2013/es/> (Último acceso: 01/09/2016).
- RUBIO, Á. (2010). “Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social”. *Revista de Estudios de juventud*, 88, pp. 201-221; disponible en https://issuu.com/injuve/docs/revista_88?backgroundColor=.
- SGAE (2015). *Anuario SGAE 2015 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales. Resumen ejecutivo*. DOI: M-26392-2012; disponible en http://www.anuariossgae.com/anuario2015/RESUMEN_EJECUTIVO_2015.pdf (Último acceso: 30/08/2016).
- TOMLINSON, J. (2001). *Globalización y cultura*. México: Oxford University Press.
- TRUEBA, D. (2014). “La música en la televisión”, en *Anuario de la música en vivo*, V, pp. 72-73; disponible en https://issuu.com/apm2014/docs/anuario_apm_issuu.

Capítulo 11

- AA. VV. (2015). “Bases per a la renovació de l’espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió”. Informe de la Comissió d’Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes (CECUV); disponible en <https://ujiapps.uji.es/com/noticies/2015/11/2q/informe-rtvv/PresentacionCECUV.pdf> (Fecha de consulta: 10/12/2016).
- ALBERICH, J. y ROIG, A. (2008). “Creación y producción audiovisual colaborativa. Implicaciones sociales y culturales del uso de software libre y recursos audiovisuales de código abierto”. UOC papers n. 7; disponible en http://www.uoc.edu/uocpapers/7/dt/esp/roig_alberich.pdf (Fecha de consulta: 30/12/2016).
- (2010). “Creación colectiva audiovisual y cultura colaborativa on-line: proyectos y estrategias”. *Revista Icono* 14, 15, pp. 85-97; disponible en <http://www.icono14.net> (Fecha de consulta: 30/12/2016).
- ALBORNOZ, L. A. y MARENGUI, P. (2014). “Capturar la diversidad de/en las industrias culturales: una revisión del concepto y sus formas de medición”, en M. CHAPARRO, (ed.), *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*, pp. 447-470. Málaga-Girona: Luces de Gálibo-Gorbs Edicions.
- BUSTAMANTE, E. et al. (2015). “Un Nuevo Modelo para un Tiempo Nuevo. España 2015: Diagnóstico del servicio público de Radio, Televisión y Servicios Interactivos. Propuestas para una Ciudadanía democrática”. *Teledetodos*; disponible en <http://teledetodos.es/index.php/blogs/item/1192-un-nuevo-modelo-para-un-tiempo-nuevo-espana-2015-diagnostico-del-servicio-publico-de-radio-television-y-servicios-interactivos-propuestas-para-una-ciudadania-democratica> (última consulta 19.12.2016)
- BOIX, A. (2007). “La traslación de pautas de control público al nuevo audiovisual de proximidad”. *Revista General de Derecho Administrativo*, 14; disponible en

- http://www.uv.es/aboixp/publicaciones/boixpalop_rgda14.pdf (última consulta 20.12.2016).
- CAMPOS FREIRE, F. (2015). “Las estrategias europeas para la televisión conectada a Internet”. *Iberoamerican Communication Review*, vol. 9, pp. 37-58.
- CHADWICK, A. (2013). *The Hybrid Media System. Politics and power*. Nueva York: Oxford University Press.
- CHAPARRO, M. (ed.) (2014). *Medios de proximidad: participación social y políticas públicas*. Málaga-Girona: Luces de Gálibo-Gorbs Edicions.
- HIDALGO, J. A. (2011). “Indicadores psico-sociales del uso y consumo mediático e hipermediático”. *Virtualis*, 4, pp. 5-44.
- FRANCÉS, M. (2015). “La producción audiovisual en el entorno transmedia: movilidad, interactividad y accesibilidad”, en M. FRANCÉS, G. LLORCA y À. PERIS, *La Televisión conectada en el entorno transmedia*, pp. 167-186. Pamplona: EUNSA,
- (2014). “La TV local de proximidad. Historia de un fracaso como servicio público en la teledifusión digital valenciana”, en A. BOIX y J. M. VIDAL, *La nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades*, pp. 139-452. Pamplona: Aranzadi.
- (2013). “La televisión local: una ventana para la diversidad cultural en el espacio global”, en F. FUENTE-ALBA, *La TV local ante el abismo de la Televisión Digital Terrestre*, pp. 9-14. Santiago de Chile: Ril Editores.
- FUENTE-ALBA, F. (2013). *La TV local ante el abismo de la Televisión Digital Terrestre*. Santiago de Chile: Ril Editores.
- LARRONDO, A. (2015). “La convergencia multimedia y su impacto en las redacciones de las radiotelevisiónes públicas de proximidad”. *adComunica*, 11, pp. 23-42.
- LLORCA-ABAD, G. (2012). “Comunicación digital y *crowdfunding* en la Comunidad Valenciana”, en G. LLORCA-ABAD, M. IGLESIAS GARCÍA y À. PERIS BLANES (eds.), *La comunicación digital. Perspectivas y experiencias en la Comunidad Valenciana*, pp. 203-215. Valencia: Tirant lo Blanch.
- LLORCA-ABAD, G., IGLESIAS GARCÍA, M. y PERIS BLANES, À. (eds.) (2012). *La comunicación digital. Perspectivas y experiencias en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (ed.) (2013). *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- (2010). *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- MARZAL, J. y ZAYO, R. (2016). “Las televisiones públicas de proximidad ante los retos de la sociedad digital”. *Communication & Society* 29 (4), 1-7.
- PERIS, À. (2013). “Identitat regional valenciana i televisió. Aproximació al model programàtic de televisió”. *Afers, Fulls de Recerca i Pensament*, 75, pp. 353-375.
- PERIS, À., IZQUIERDO, J. y LARA, I. (2010). “La televisión en la Comunidad Valenciana”, en G. LÓPEZ GARCÍA (ed.), *El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI*, pp. 199-229. Valencia: Tirant lo Blanch.
- PERIS, À., IZQUIERDO, J. y LERMA, A. (2013). “Las televisiones valencianas en la red”, en G. LÓPEZ GARCÍA (ed.), *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*, pp. 65-84. Valencia: Tirant lo Blanch.

- VIDAL, J. M. (2009). “¿La televisión del futuro como servicio público?”, en M. FRANCÉS, *Hacia un nuevo modelo Televisivo*, pp.95-107. Barcelona: Gedisa.
- ZALLO, R. (2011). “Políticas de comunicación audiovisual en (y para después de) la crisis económica en España”, en F. CAMPOS FREIRE (coord.), *El nuevo escenario mediático*, pp. 49-80. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Capítulo 12

- AMETIC (201). *Informe de la industria de contenidos digitales 2011* (en línea; fecha de acceso: 16/02/2013).
- ARANDA, D. (2005). El espectador excesivo (fan) y las comunidades on-line: estudios de recepción y educación mediática en ‘Gran Hermano’. *Comunicar*, 25.
- ARNANZ, C. M. (2002). *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*. Barcelona: Gedisa.
- ARTERO, J. P. (2008). *El mercado de la televisión en España*. Barcelona: Deusto.
- ASLAMA, M. y PANTTI, M. (2006). Talking alone. Reality Tv, emotions and authenticity. *European Journal of Cultural Studies*, 9 (2), pp. 167-184.
- BADILLO, A. (2003). “La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León”. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- (2007). ‘La nueva televisión de proximidad: Un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica’, en J. MARZAL y A. CASERO (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*. A Coruña: Netbiblo.
- BAGOZZI, R. P. (1975). Marketing as Exchange. *Journal of Marketing*, 3, pp. 32-39.
- BATES, B. J. (1993). Concentration in local television markets. *Journal of Media Economics*, 6 (3), pp. 3-21.
- BIGNÉ, E. (1999). ‘El análisis de contenido’, en SARABIA, F. J. (coord.). *Metodología para la investigación en marketing y dirección de empresas*. Madrid: Pirámide.
- BISHOP, R. y HAKANEN, E.A. (2002). In the Public interest? The state of local television programming fifteen years after deregulation. *Journal of Communication Inquiry*, 26 (3), pp. 261-276.
- BORDEN, N. H. (1964). The concept of the Marketing Mix. *Journal of Advertising Research*, 4, pp. 2-7.
- BRAKEN, C. C. (2006). Perceived source credibility of local television news: The impact of television form and presence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (4), pp. 723-741.
- BUSTAMANTE, E. (2002). *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- CÁCERES, M. D. (2010). El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de telerrealidad. *Sphera Pública. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 10: 207-222.
- CARLÓN, M. (2006). *De lo cinematográfico a lo televisivo. Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- CASETTI, F. (1988). *Tra me e te. Strategie di coinvolgimento dello spettatore nei programmi della neotelevisione*. Turín: ERI.

- CASETTI, F. y ODIN, R. (1990). De la paléo à la néo-télévision. *Communications*, 51: 10-24.
- CASTELLÓ, E. (2002). La economía escópica en la programación televisiva: clímax emocional y mensaje publicitario. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 13.
- CESAR, P., BULTERMAN, D. C. A. y JANSEN, A. J. (2008). 'Usages of the Secondary Screen in an interactive television environment: Control, enrich, share, and transfer television content', en M. TSCHELIGI, M. OBRIST y A. LUGMAYR (eds.), *Changing television environments. 6th European Conference EURO TIV Proceedings*. Salzburgo: Springer.
- COLLINS, S. (2008). Making the most out of 15 Minutes: Reality Tv's dispensable celebrity. *Television and New Media*, 9 (2), pp. 87-110.
- CONSTANTINIDES, E. (2006). The Marketing Mix revisited: Towards the 21st Century Marketing. *Journal of Marketing Management*, 22 (3-4), pp. 407-438.
- CORREDOR, P. y FARFÁN, J. (2010). Demandas y formación: nuevos perfiles profesionales de la publicidad en España. *Pensar la Publicidad*, 1, pp. 97-116.
- CURNUTT, H. (2011). Durable participants: A generational approach to reality Tv's 'ordinaru' labor pool. *Media, Culture & Society*, 33 (7), pp. 1061-1076.
- DAVENPORT, T. H. y Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Boston: Harvard Business School Press.
- DEL PINO, C. y AGUADO, E. (2012). Internet, televisión y convergencia: nuevas pantallas y plataformas de contenido audiovisual en la era digital. E caso del mercado audiovisual online en España. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6 (4), pp. 57-75.
- DOCV (2005). Resolución de fecha 1 de julio del Conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, n.º 5042, de 5 de julio.
- (2013). Resolución de fecha 1 de febrero del Conseller de Presidencia y Agricultura, Pesa, Alimentación y Agua. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, n.º 6972, de 25 de febrero.
- DWYER, T. (2010). *Media convergence*. North Ride: McGraw Hill International.
- ECO, U. (1983). *TV: La transparencia perdida. Ste anne dDesiderio*. Milán: Bompiani.
- (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- ELÍAS, C. (2003). Análisis del papel de los 'invitados-profesionales' y de los expertos 'forero' en la televisión basura española. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, pp. 25-38.
- FERNÁNDEZ CAVÍA, J. (2005). Los formatos no convencionales y la transformación del negocio publicitario en a televisión. *Quaderns del CAC*, 22, pp. 35-48.
- FERRIS, K. O. (2007). The Sociology of Celebrity. *Sociology Compass*, 1 (1), pp. 371-384.
- GABLER, N. (2001). *Toward a New Definition of Celebrity*. Los Ángeles: University of Southern California.
- GARCÍA LEIVA, M. T. (2006). La introducción de la TDT en España en el contexto de la política europea para la transición digital en televisión. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y comunicación*, VIII (1), pp. 1-20.
- GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave*, 16 (2), pp. 366-397.

- GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. y FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J. F. (2012). Concentración y pluralismo en el nuevo escenario audiovisual español. Análisis de la absorción de la cadena Cuatro por Telecinco. *Anàlisi*, 47, pp. 57-74.
- GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V. y LÓPEZ VILLANUEVA, J. (2012). “Crisis y deuda en los grandes grupos multimedia españoles”, en J. V. GARCÍA-SANTAMARÍA (coord.), *Los procesos de financiarización en los grupos de comunicación españoles y el caso Prisa-Liberty*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- GORDILLO, I. (2003). “Reciclaje e hibridación en los nuevos formatos televisivos”, en N. MÍNGUEZ y N. VILLAGRA (eds.). *La Comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Madrid: Edipo.
- GREER, C. F. y FERGUSON, D. A. (2011). Using Twitter for promotion and branding: A content analysis of local television Twitter sites. *Journal of Broadcasting & electronic Media*, 55 (2), pp. 198-214.
- GRIFFEN-FOLEY, B. (2004). From Tit-Bits to Big Brother: a Century of audience participation in the media. *Media, Culture & Society*, 26 (4), pp. 533-548.
- GRÖNROOS, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of Business Research*, 20 (1), pp. 3-11.
- (1994). From Marketing Mix to Relationship Marketing: Towards a paradigm shift in marketing. *Management Decision*, 32 (2), pp. 4-20.
- (2006). On defining marketing: finding a new roadmap for marketing. *Marketing Theory*, 6 (4), pp. 395-417.
- GUTIÉRREZ, B., RODRÍGUEZ, M. y GALLEGO, M. C. (2010). Analysing the development of TV news programmes: from information to dramatization. *Revista Latina de Comunicación Social, English Edition*, 65, pp. 126-143.
- HARTLEY, J. (1999). *Uses of television*. Londres: Routledge.
- HERRERO, C. y VORIMAA, P. (2004). Delivery of digital television to handheld services. *Paper presentado en el 1st International Symposium on Wireless Communication Systems*, IEEE.
- HUERTAS, J. C. y DOMÍNGUEZ SANZ, V. (2011). Modelos *over the top* (OTT). Regulación y competencia en los nuevos mercados de Internet. *Política Económica y Regulatoria en Telecomunicaciones*, 6, pp. 84-98.
- HUNT, S. D. (1976). The nature and scope of marketing. *Journal of Marketing*, 40, pp. 17-28.
- IMBERT, G. (1999). “La hipervisibilidad televisiva: Nuevos imaginarios/nuevos rituales comunicativos” (en línea, fecha de acceso: 14/08/2007); disponible en www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/Imbert1.htm.
- IZQUIERDO, J. (2014). La evolución del sector televisivo: un oligopolio frente a Internet. *Historia y Comunicación Social*, 19, pp. 735-745.
- JENKINS, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- (2012). *La culture de la convergence. Des médias au transmédia*. París: Armand Colin.
- JOHNSON, C. (2012). *Branding Television*. Londres-Nueva York: Routledge.

- JONES, J. (2004). "Emerging platform identities: Big Brother UK and interactive multi-platform usage", en M. ERNES y J. JONES (eds.). *Big Brother International: Formats, Critics and Publics*. Londres: Wallflower Press.
- KOTLER, P. y ARMSTRONG, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Madrid: Pearson Educación, 6.^a ed.
- KSIAZEK, T. B. (2010). "Cross-platform audience behavior in an abundant media environment: An integrated approach to understanding fragmentation, polarization, and media publics through network analysis". Tesis doctoral. Evanston: Northwestern University.
- LANHAM, R. A. (2006). *The economics of attention. Style and substance in the age of information*. Chicago: The University of Chicago Press.
- LARRAÑAGA, J. (2008). Análisis económico de la evolución de las audiencias de los medios tradicionales e impacto de Internet en su consumo. *Área Abierta*, 21, pp. 1-18.
- LEVY, M. (1979). Watching Tv news as para-social interaction. *Journal of Broadcasting*, 23 (1), pp. 177-187.
- MCDOWELL, W. (2006). *Broadcast Television: A complete guide to the industry*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- MCLEOD, J. M., SCHEUFELE, D. A. y MOY, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16 (3), pp. 315-336.
- MICHALIS, M. (2014). Infrastructure as a content issue and the convergence between television and broadband Internet: insights from the British market. *International Journal of Digital Television*, 5 (1), pp. 75-90.
- MÌÈGE, B. (2006). La concentración en las industrias culturales y mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, pp. 155-166.
- MITCHELL, I. S. (1977). The development of the Marketing concept: Relation to the doctrine of Consumer Sovereignty. *Management Decision*, 15 (6), pp. 515-530.
- MURCIANO, M. (2004). Poder económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia. *Doxa*, 2, pp. 41-51.
- NAPOLI, P. M. (2011). *Audience evolution: new technologies and the transformation of media audiences*. Nueva York: Columbia University Press.
- NAPOLI, P. M. y YAN, M. Z. (2007). Media ownership regulations and local news programming on broadcast television: An empirical analysis. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51 (1), pp. 39-57.
- NORMANN, R. y RAMÍREZ, R. (1993). From Value Chain to Value Constellation: Designing interactive strategy. *Harvard Business Review*, 71, pp. 65-77.
- OUELLETTE, L. y HAY, J. (2008). *Better living through reality TV: Television and Post-Welfare citizenship*. Maiden: Blackwell.
- PÉREZ SERRANO, M. J. (2006). "La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión". Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- PRAHALAD, C. K. y RAMASWAMY, V. (2004). *The future of competition: Co-creating univeque value with customers*. Boston: Harvard Business School Press.

- RICHER, G. (1994). *La transición de la televisión. Análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona: Editorial Bosch, S.A.
- RIFKIN, J. (2014). *La sociedad de coste marginal cero: Internet de las cosas, los bienes comunes y el eclipse del capitalismo*. Barcelona: Paidós.
- RINCÓN, O. (2003). Realities. La narrativa total de la televisión. *Signo y Pensamiento*, 42 (22), pp. 22-36.
- RINDOVA, V. P., POLLOCK, T. G. y HAYWARD, M. L. A. (2006). Celebrity firms: The social construction of market popularity. *Academy of Management Review*, 31 (1), pp. 50-71.
- RODRÍGUEZ, I. (2003). ¿Cómo se crean nuevos códigos audiovisuales para captar audiencias? *Comunicar*, 21, pp. 127-132.
- ROSCOE, J. (2001). Big Brother Australia: Performing the ‘Real’ Twenty Four Seven. *International Journal of Cultural Studies*, 4 (4), pp. 473-488.
- SALAVERRÍA, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 81, pp. 32-39.
- SAMPEDRO, V. F. (2002). Telebasura: McTele y ETT. ZER. *Revista de Estudios de Comunicación*, 13.
- SCOLARI, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77, pp. 1-9.
- (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- SIMON, J. P. (2012). *The dynamics of the media and content industries: a synthesis*. Luxemburgo: Publications Office of the European Commission.
- SOTELO, R., JUAYEK, M. y SCUOTEGUAZZA, A. (2013). *A comparison of audiovisual content recommender systems performance: collaborative vs. semantic approaches*. IEE International Symposium on Broadband Multimedia Systems and Broadcasting (en línea, fecha de acceso: 6/01/2014); disponible en ieeexplore.ieee.org.
- TURNER, H., BONNER, F. y MARSHALL, P. D. (2000). *Fame Games: The production of Celebrity in Australia*. Melbourne: Cambridge University Press.
- UBEDA, J. E. (2013). “Smartphones, marketing y educación: taxonomía e implicaciones a partir de un análisis de aplicaciones móviles de universidades españolas y de escala mundial”, en J. J. GARCÍA MACHADO (ed.), *Descubriendo nuevos horizontes en administración*. Madrid: ESIC.
- (2015). “La televisión conectada: SmartTV, IPTV Y OTT”, en M. FRANCÉS, G. LLORCA y A. PERIS (eds.), *La televisión conectada en el entorno transmedia*. Pamplona: Eunsa.
- (2016a). “La Celebrity como producto: input y output en la industria televisiva”, en D. VERANO (coord.), *El reto de emprender co-creando*. Madrid: ESIC.
- (2016b). “Las televisiones y las crisis: análisis en el contexto de cambio” en M. FRANCÉS, y G. OROZCO (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*. Madrid: Síntesis.
- VARGO, S. L. y LUSCH, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68 (1), pp. 1-17.
- VERED, K. O. (2002). Televisian aesthetics in Y2K: From Windows on the world to a Windows interface. *Convergence*, 8 (3), pp. 40-60.

- WAISBORD, S. (2004). MCTV. Understanding the global popularity of television formats. *Television & New Media*, 5 (4), pp. 359-383.
- WEBSTER, J. G. (2010). User information regimes: How Social Media shape patterns of consumption. *Northwestern University Law Review*, 104 (2), pp. 593-612.
- ZALLO, R. (2010). La política de Comunicación Audiovisual del gobierno socialista (2004-2009). Un gino neoliberal. *Revista Latina de comunicación Social*, 65.

Capítulo 13

- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2016). “Informe de audiencias TV julio 2016”; disponible en <http://www.barloventocomunicacion.es/imagenes/audiencias/barlovento-audiencias-julio2016.pdf>
- IAB (2015). “Estudio Anual de TV Conectada y Video Online”; disponible en http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2015/10/Estudio-Tvc-y-Video_Online_2015_Abierta.pdf.
- INE (2016). “Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Año 2016”; disponible en: <http://www.ine.es/prensa/np991.pdf>.
- RODRÍGUEZ I SANTONJA, J. (2012). *Pasado, presente y futuro de RTVV*. ‘Sir Ian McKellen Releases New Apps to Make Shakespeare’s Plays More Enjoyable & Accessible’; disponible en <http://www.openculture.com/2016/05/sir-ian-mckellen-releases-new-apps-to-make-shakespeares-plays-more-enjoyable-accessible.html>.
- VILA, P. y SÁNCHEZ, J. (2014). “Espectro para radiodifusión terrestre: ¿hacia dónde vamos en Europa?”; disponible en: <http://www.panoramaaudiovisual.com/2014/07/18/espectro-para-radiodifusion-terrestre-hacia-donde-vamos-en-europa/>.

Capítulo 14

- ANCHEL CUBELLS, J. M. (2002). “Canal 9: Historia de una programación (1989-1995)”. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información.
- BUSTAMANTE, E. (2015). “El servicio público en España, manual de malas prácticas” en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 23-37. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- COL·LECTIU RICARD BLASCO (2014). *Reset RTVV*. Benicarló: Onada Edicions.
- FRANCÉS, M. (2015). “La producción audiovisual ante la crisis del sistema televisivo. El caso RTVV”, en J. MARZAL FELICI (ed.), *Las televisiones públicas autonómicas del Siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, pp. 187-215. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.

- (2014). “La producción audiovisual española ante las incertidumbres del modelo mediático”, en M. FRANCÉS, J. GAVALDÁ, G. LLORCA y Á. PERIS (coords.), *La televisión de la crisis ante el abismo digital*, pp.187-215. Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA, M. (2015). “Modelos de televisión pública en España: análisis comparado”, en J. RODRÍGUEZ y SANTONJA (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*, pp.190-202. Valencia: Uno y cero ediciones.
- GRUPO CORPORACIÓN MULTIMEDIA (2001). *El Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana y Grupo Corporación Multimedia.
- MARZAL FELICI, J. (2015). “Las televisiones públicas autonómicas en el escenario de la crisis”, en J. MARZAL FELICI (ed.), *Las televisiones públicas autonómicas del Siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, pp. 11-26. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- MARZAL FELICI, J. y SOLER CAMPILLO, M. (2015). “La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana”, en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp.113-143. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- MARZAL, J., IZQUIERDO, J. y CASERO, A. (2015). “La crisis de la televisión pública y el cierre de RTVV como síntoma”, en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 11-19. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. y M. A. CASADO DEL RÍO (eds.) (2015). “La crisis de la Radiotelevisión pública autonómica”, en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 61-77. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- MIGUEL DE BUSTOS, J. C. y CASADO DEL RÍO, M. A. (eds.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del mercado público de proximidad*. Barcelona, Gedisa.
- PERIS, Á. (2015). “Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática”, en J. RODRÍGUEZ y SANTONJA (ed.), *Pasado, presente y futuro de RTVV*, pp. 67-104. Valencia: Uno y cero ediciones.
- PRADO, E. (2015). “Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente”, en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 39-59. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- SARABIA ANDÚGAR, I., SÁNCHEZ MARTÍNEZ, J. y ALONSO MARTÍNEZ, I. (2012). “La externalización como estrategia de creación del tercer canal”. *Tripodos*, 29.
- SARABIA, I., SÁNCHEZ, J. y CANO, Á. (2012). “La externalización de la producción de los programas informativos en la televisión autonómica pública y su repercusión en el mercado audiovisual regional”, en J. C. MIGUEL DE BUSTOS y M. Á. CASADO DEL RÍO (eds.), *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.

- ZALLO, R. (2015). “Razones e implicaciones del cierre de Radiotelevisió Valenciana: pensar en el futuro”, en J. MARZAL FELICI, J. IZQUIERDO CASTILLO y A. CASERO RIPOLLÉS (eds.), *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, pp. 95-111. Barcelona, Bellaterra, Castellón, Valencia: Col·lecció Aldea Global.
- (2011). *Estructuras de la comunicación y de la cultura*. Barcelona: Gedisa.

Capítulo 15

- ACADEMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA (2011). *Llibre d'estil per als mitjans audiovisuals en valencià*. Valencia: Publicacions de l'Academia Valenciana de la Llengua.
- AGUADED, J. I. y MACÍAS, Y. (2008). “Televisión universitaria y servicio público”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 31, pp. 681-689.
- ÁLVAREZ, À. y RAMÍREZ, A. (2005). “La producción audiovisual universitaria: televisión radio y productoras”, en M. I. DE SALAS, A. B. FERNÁNDEZ y F. MARTÍNEZ (eds.), *La Universidad en la comunicación, la comunicación en la Universidad*, pp. 13-40. Madrid: Colección Comunicación.
- BIGNÉ, E. y FRANCÉS, M. (2012). “Los contenidos audiovisuales universitarios en la red. MediaUni una propuesta integradora”, en G. LLORCA, M. IGLESIAS y À. PERIS (eds.). *La Comunicación Digital. Perspectivas y experiencias en la Comunidad Valenciana*, pág. 155-168. Valencia: Tirant lo Blanch.
- CABERO, J. (2016). “El papel de la televisión universitaria en la transmisión de contenidos culturales y científicos en el nuevo espacio mediático”, en M. FRANCÉS y G. OROZCO (eds.), *Nuevos modelos mediáticos: diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 263-273. Madrid: Síntesis.
- (2015). “Aportes de la televisión universitaria a las industrias culturales y creativas en Iberoamérica”. *Edmetic*, 4 (2), pp. 7-28.
- CAMARERO, M. E. (2012). “Televisión universitaria en Internet: análisis de formatos y modelos de gestión para la comunicación y difusión científica y académica”, en *Comunicació i risc, III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació* (publicación en línea); disponible desde Internet en http://www.ae-ic.org/tarragona2012/contents/comunicacions_cd/ok/93.pdf (con acceso el 20-08-2016).
- GONZÁLEZ, M. y DE PELEAKIS, C. (2010). “Estrategias gerenciales en el marco de las competencias tecnológicas para el desarrollo de televisoras educativas universitarias”. *Telos*, 12 (3), pp. 342-359.
- MURILLO GUERRERO, M. y CALDERA-SERRANO, J. (2014). “Presencia y difusión de contenidos de las televisiones universitarias españolas en las webs”. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 25, pp. 25-38.
- UNIVERSITAT DE VALÈNCIA (2012). “Plan estratégico 2012-2015” (publicación en línea); disponible en http://www.uv.es/corporate/peuv/documento_publico_plan_estrategico_2012_2015.pdf (con acceso el 20-08-2016).

Capítulo 16

- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2011). *Informe Anual de la Profesión Periodística 2011* (publicación en línea). Disponible en <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202011.pdf> (con acceso 22-06-2016).
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2010). “Prensa en internet: nuevos modelos de negocio en el escenario de la convergencia”. *El Profesional de la Información*, 19 (6), pp. 595-60; disponible en <http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/viewFile/epi.2010.nov.05/21246> (con acceso 22-05-2016).
- DÍAZ NOSTY, B. (2013). *Que paren las rotativas*. Barcelona: Fundación Telefónica-Ariel.
- ENGELBERG, J. E. y PARSONS, C. A. (2011). “The Causal Impact of Media in Financial Markets”. *The Journal of Finance*, 66, pp. 67-97.
- EPA (2016). Disponible desde Internet en <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0316.pdf> (con acceso 27-10-2016).
- FRANCÉS, M. (2016) “Hacia un flujo de cambio mediático. Una propuesta en la comunicación de proximidad para la nueva radiotelevisión valenciana”, en M. FRANCÉS y G. OROZCO (coords.), *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 135-148. Madrid: Síntesis.
- INFOADEX (2016). “Resumen Estudio Infoadex de la Inversión Publicitaria en España 2106” (publicación en línea); disponible en <http://www.asociacionmkt.es/sitio/wp-content/uploads/Estudio-InfoAdex-2016-Resumen-2.pdf> (con acceso 25-10-2016).
- ISLAS, O. (2004). “Marshall McLuhan: 40 años después”. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 86; disponible en <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/1516/1543> (con acceso el 01-07-2016).
- KUCUKALIC, E. y TORREMOCHA, F. (2016). *Crisi al sector de periodistes i periodistes gràfics a la Comunitat Valenciana (2007-2016)* (publicación en línea); disponible en <http://www.unioperiodistes.org/wp-content/uploads/2016/05/Memoria-en-baja.pdf> (con acceso el 1-10-2016).
- LANDOW, G. (1992). *Hipertexto. La convergencia de la teoría mítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- LÓPEZ, X. et al. (1998). “El valor social de la información de proximidad”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7; disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm> (con acceso el 08-08-2016).
- MAESTRO ESPÍNOLA, L., GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. y PÉREZ SERRANO, M. J. (2016). “La ‘prensa’ digital generalista, como soporte publicitario y los cambios en su modelo de negocio”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.048-1.068 (publicación en línea); disponible en <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1134/54es.html> (con acceso el 8-09-2016).
- MCLUHAN, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- MIGUEL, J. C. y CASADO, M. Á. (2010). “Sobre pago y gratuidad: momentos de crisis en la industria periodística”. *Revista Telos: Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 83, pp. 24-35 (publicación en línea); disponible en https://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/telos/nmerosanteriores/Nmeros80104/DetalleAnteriores_83TELOS_

- PERSPECT_1/seccion=1268&idioma=es_es&id=2010051709220001&activo=6.do pdf (con acceso el 01-09-2016).
- PICARD, R. (2014). “Las industrias informativas: ¿tienen futuro?”. *Palabra Clave* 17 (4), pp. 1069-1096 (publicación en línea); disponible en <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/rt/printerFriendly/4702/html> (con acceso el 01-07-2016).
- RIVAS, C. (2013). “Los medios de Comunicación en España”. *Colección Informes*, 72 (publicación en línea); disponible en <http://www.1mayo.ccoo.es/nova/files/1018/Informe72.pdf> (con acceso el 01-08-2016).
- RIVAS, J. B. (2006). “La sociedad del ocio: un reto para los archivos”. *Códice, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 2 (2), pp. 71-82; disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/17184097.pdf> (con acceso el 20-06-2016).
- TOMÁS, D. (2016). “Los 8 formatos de publicidad digital que no has de perder de vista”; disponible en <http://www.cyberclick.es/numerical-blog/los-8-formatos-de-publicidad-digital-que-no-has-de-perder-de-vista> (con acceso el 20-10-2016).

Capítulo 17

- CASTILLO, G. (2014). En BARRIL, C. y CORRO, P. (eds.), *Audiovisual y Política en Chile*. Santiago de Chile: Editorial Arcis.
- CHAPARRO, M. (2002). *Sorprendiendo al Futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Editorial Los Libros de la Frontera.
- FUENTE-ALBA, F. (2013). *La TV local ante el abismo de la televisión digital terrestre*. Santiago de Chile: Ril Editores.
- GALLEGOS, F. (2014). En M. FRANCÉS y GAVALDÀ ROCA, *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa.
- GODOY, S. (2009). “Medios y televisión local en Chile: Esperanzas y desilusiones en el sistema de medios contemporáneo”, en PELLEGRINI, S. (ed.), *Ventanas y espejos: Televisión Local en Red*. Santiago: Editorial El Mercurio.
- (2005). *Desafíos regulatorios para la adopción de la televisión digital terrestre en Chile*.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1999). *Los ejercicios del ver*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- MORAGAS, M., GARITAONANDÍA, C. y LÓPEZ, B. (eds.) (1999). *La televisión de proximidad en Europa. Experiencia de descentralización en la era digital*. Barcelona: Aldea Global.
- PRADO, E. (2005). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Fundación Alternativas.
- PRADO, E. y FRANQUET, R. (2008). *Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución*.
- RODRÍGUEZ, R. y SECO, J. (2008). *Televisión digital. Democracia y servicio público*. España: Editorial Aconcagua Libros.
- SIERRA, L. (2006). *Hacia la Televisión Digital en Chile. Historia y transición*. Santiago: CEP.

VACAS, F. (coord.) (2000). *Televisión y desarrollo, las regiones en la era digital*. Extremadura: Consejería de Educación Ciencia y Tecnología Junta de Extremadura.

Capítulo 18

AD EXCHANGER-CARAT (2016). Despite Digital's Explosive Growth, Tv Still Reigns (31/03/ 2016).

CMAIS TV CULTURA DE SÃO PAULO. <http://tvcultura.com.br/>

CNN I REPORT. <http://edition.cnn.com/specials/opinions/cnnireport>

FRANCÉS I DOMENEC, M. (2010). “Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión”. *III Jornadas CNTD Contenidos para la televisión digital*. Universidad de Valencia. Instituto de Radio e Televisión Española. Publidisa.

GURGEL, L. C. (2016). *Para onde vai a televisão brasileira*. CEPE Editora.

INTERVOZES. OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. “Emissoras veiculam apenas 10% de programação regional”; disponible en <http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/emissoras-veiculam-apenas-10-de-programacao-regional/>.

–. “A MP de Temer para a EBC e o novo golpe na comunicação pública”; disponible en <http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?p=29668>.

NATIONAL ASSOCIATION OF BROADCAST (2016). NAB 2016. Las Vegas.

NATIONAL ASSOCIATION OF TELEVISION PROGRAM EXECUTIVES. JP Bommel, managing Director y Chief Operating Officer de NATPE//Content First

NICHOLS, W. (2013). Advertising Analytics 2.0. *Harvard Business Review*.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei no. 4.117, de 27 de agosto de 1962; disponible en http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L4117.htm.

–. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Decreto no. 52.795, de 31 de outubro de 1963; disponible en http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D52795.htm.

–. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Decreto no 88.066, de 26 de janeiro de 1983; disponible en http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D88066.htm.

–. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei no. 12.485, de 12 de setembro de 2011; disponible en http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm.

PROULX, M. y SHEPATIN, S. (2012). *Social TV*. Hoboken: Wiley.

REDE GLOBO. Aplicativo Vanguarda Repórter; disponible en <http://redeglobo.globo.com/sp/tvvanguardia/noticia/2015/03/rede-vanguardia-lanca-aplicativo-vanguardia-reporter.html>.

SET EXPO (2016). *Congresso da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão*. São Paulo.

Capítulo 19

- ASOMEDIOS (2016). *Estudio inversión publicitaria neta segundo trimestre 2016*; disponible en asomedios.com: <http://asomedios.com./index.php?idPage=7>.
- AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN (2016). *Informe sectorial de la televisión 2015*; disponible en www.antv.gov.co: <http://www.antv.gov.co/index.php/informacion-sectorial/informes-de-la-tv/send/5-informes-de-la-tv/1963-informe-sectorial-de-la-television-2015>.
- COMISIÓN DE REGULACIÓN DE LAS COMUNICACIONES (2015). *Mercados Audiovisuales en un entorno convergente*; disponible en www.crcm.gov.co: https://www.crcm.gov.co/recursos_user/Documentos_CRC_2015/Actividades_regulatorias/MercadosAudiovisuales/Mercado_TV_Colombia_Pub02-03-2015-ICF-JMW.pdf.
- CORRALES, G. (2016). *Acuerdo entre Disney y Netflix comienza a rendir frutos en Estados Unidos*; disponible en [lanacion.com](http://www.nacion.com): http://www.nacion.com/ocio/cine/Acuerdo-Disney-Netflix-comienza-frutos_0_1594840522.html.
- EL COMERCIO (2016). *Netflix y las historias exclusivas que le otorgó Telemundo*; disponible en elcomercio.pe: <http://elcomercio.pe/tvmas/series/netflix-anuncia-acuerdo-telemundo-mostrar-estas-series-noticia-1940143>.
- EL TIEMPO (2016). “En Colombia, menos del 8 por ciento de los usuarios usa iPhone”; disponible en <http://www.eltiempo.com>: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/consumo-de-tecnologia-en-colombia-2016/16781251>.
- GARCÍA, D. (2015). “El modelo de televisión regional en Colombia: Canales públicos bajo los parámetros del mercado”. *Signo y Pensamiento* 66, 28-42; disponible en <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/13260/10570>.
- GARZÓN, J. (2015). *Televisión y Estado en Colombia 1954-2014*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- IAB COLOMBIA (2016). *Reporte sobre la inversión de la publicidad digital en Colombia*; disponible en [iabcolombia.com](http://www.iabcolombia.com): <http://www.iabcolombia.com/wp-content/uploads/resumen-ejecutivo-primer-semester2016.pdf>.
- MINTIC (2016). *MinTIC estrena producciones en alianza con Disney y Canal TR3CE*; disponible en <http://www.mintic.gov.co/>: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-15661.html>.
- MORENO, R. (2016). *RTVE firma un acuerdo con Netflix sobre los derechos de “El Ministerio del Tiempo”*; disponible en <http://www.expansion.com>: <http://www.expansion.com/blogs/mcgufilms: http://www.expansion.com/blogs/mcgufilms/2016/12/29/rteve-firma-un-acuerdo-con-netflix-sobre.html>.
- NEIRA, E. (2017). ¿Hay sitio para tanta televisión?; disponible en <https://innovacionaudiovisual.com>: <https://innovacionaudiovisual.com/2017/01/01/hay-sitio-para-tanta-television/>.
- NIELSEN (2016). *VOD llegó para complementar oferta de servicios de TV más no para desplazarla*; disponible en [nielsen.com](http://www.nielsen.com): <http://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/VOD-llego-para-complementar-oferta-de-servicios-de-tv-mas-no-para-desplazarla.html>.
- PISCITELLI, A. (2016). “¿Hay demasiada televisión? La cultura de las series y el agotamiento de la calidad”, en G. OROZCO (coord), *TV Morfosis 5. La creatividad en*

- la era digital*, pp. 173-180) México: Productora de Contenidos Culturales Sahagón Repoll.
- PORTAFOLIO (2016). *RTVC, Claro y Movistar le dan “batalla” a Netflix en Colombia*; disponible en <http://www.portafolio.co/tendencias/netflix-y-su-competencia-de-tv-online-en-colombia-499937>.
- RICHERI, G. (2016). “Crisis del mercado televisivo y nuevo modelo comercial”, en M. FRANCÉS y G. OROZCO, *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas*, pp. 27-41. Madrid: Síntesis.
- SABBAGH, A. (2016). “Caminos cruzados entre el marco regulatorio y el desarrollo como industria de la televisión en Colombia”, en G. OROZCO (coord.), *TV Morfosis 5. La creatividad en la era digital*, pp. 131-145. México: Productora de Contenidos Culturales Sahagón Repoll.
- (2016b). *Análisis comparativo entre el marco regulatorio y el desarrollo tecnológico e industrial de la televisión en Colombia (tesis de maestría)*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- SEÑAL INTERNACIONAL (2016). *Disminuye la tendencia Cord-Cutting en el mercado de Estados Unidos*; disponible en [revistasenal.com](http://revistasenal.com/tv-paga-crece-el-consumo-de-tv-paga-y-disminuye-la-tendencia-al-cord-cutting.html): <http://revistasenal.com/tv-paga-crece-el-consumo-de-tv-paga-y-disminuye-la-tendencia-al-cord-cutting.html>.
- (2016b). *La televisión paga global entra en un período de crecimiento más lento*; disponible en [revistasenal.com](http://revistasenal.com/tv-paga/la-television-paga-entra-en-un-periodo-de-crecimiento-mas-lento.html): <http://revistasenal.com/tv-paga/la-television-paga-entra-en-un-periodo-de-crecimiento-mas-lento.html>.
- VIZCAÍNO, M. (2005). “La legislación de la televisión en Colombia: Entre el estado y el mercado”. *Historia Crítica*, 127-152.

Capítulo 20

- AGENDA 21 DE LA CULTURA (2011). “Ciudades y Gobiernos Locales Unidos”. *Ajuntament de Barcelona Institut de Cultura* (Publicación en línea); disponible en <http://www.agenda21culture.net/index.php/docman/agenda21/222-ag21es/file> (con acceso el 01-09-2015).
- BARBERO Y REY (1999). *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*.
- BID (2013). *La Economía Naranja, una oportunidad infinita*. Washington.
- CEPAL (2005). “El Compromiso de Río de Janeiro” (publicación en línea); disponible en http://www.cepal.org/socinfo/noticias/documentosdetrabajo/7/21677/Compromiso_de_Rio_de_Janeiro.pdf (con acceso el 05-09-2015).
- PROGRAMA DE ACCIÓN DE LA XXIV CUMBRE IBEROAMERICANA DE JEFES DE ESTADO Y DE GOBIERNO (2014), disponible en <http://www.segib.org/sites/default/files/2.%20Programa%20de%20Acci%C3%B3n%20Veracruz-E.pdf> (con acceso el 05-09-2015).
- RINCÓN, O. (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá.
- (1995). *Radio y televisión en la Universidad. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación superior*. Bogotá.

- UNCTAD (2008). “Creative economy report” (publicación en línea); disponible en <http://www.unctad.org/templates/Download.asp?docid=9750&lang=1&intItemID=4494> (con acceso el 01-09-2015).
- (2010). “Economía Creativa: Una opción factible para el desarrollo” (publicación en línea); disponible en http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf (con acceso el 01-09-2015).
- UNESCO (2001). “Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural”. Serie sobre la Diversidad Cultural (publicación en línea); disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf> (con acceso el 01-09-2015).
- (2011). “Cultura y desarrollo. No al tráfico de bienes culturales” (publicación en línea); disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002255/225521s.pdf> (con acceso el 01-09-2015).
- (2005). “Informe Hacia las Sociedades del Conocimiento”. (Publicación en línea); disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf> (con acceso el 05-09-2015).
- (2001). “La Radio y Televisión Pública ¿Por qué? ¿Cómo? División de Desarrollo de la Comunicación” (publicación en línea); disponible en <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/public-broadcasting-why-how/> (con acceso el 05-09-2015).
- (2009). “Marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009” (publicación en línea); disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf> (con acceso el 01-09-2015).
- (2013). “Resoluciones de la 37 Conferencia General, París” (publicación en línea); disponible en http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_id=31281&url_do=do_topic&url_section=201.html > (con acceso el 05-09-2015).
- VILCHES, L. y PÉREZ TORNERO, J. (2010). *Libro blanco sobre la televisión educativa y cultural en Iberoamérica*.