

Índice General

Presentación.....	5
-------------------	---

PRIMERA PARTE Radiografías del medio

1. Introducción. Televisión de calidad frente a «telebasura». <i>Por Bienvenido León</i>	13
2. La televisión en la era digital. El debate español en la encrucijada. <i>Por Enrique Bustamante</i>	22
3. La otra televisión posible. <i>Por José Alberto García Avilés</i>	32
4. La estética posmoderna: la hiperrealidad. <i>Por Rosario Jiménez Morales</i> ..	38
5. La oferta de las televisiones generalistas en el prime time de la temporada 2006-07. <i>Por José Alberto García Avilés e Isabel González Mesa</i>	46
6. Calidad e instrumentos deontológicos en la televisión pública. <i>Por Patricia Ortega Ramírez</i>	63
7. El futuro de la televisión por internet. Reflexiones a vuelapluma. <i>Por Carmen Echazarreta Soler</i>	70

SEGUNDA PARTE Funciones de la televisión

8. Afectación del uso efectivo del medio televisivo sobre sus funciones sociales. <i>Por José Alberto de Francisco Rodríguez</i>	81
9. La televisión en la sociedad del conocimiento. ¿Qué funciones? ¿Para qué futuro? <i>Por M^a Trinidad García Leiva</i>	90

10. Los canales internacionales de televisiones españolas en la sociedad del conocimiento. *Por Leire Gómez, Carmen Peñafiel, Ainhoa Fernández de Arroyabe y Miguel Ángel Casado* 98

11. Televisión de proximidad en el siglo XXI: diálogos de proximidad o la globalización bien entendida. *Por Patricia Picazo Sanz* 109

Tercera Parte
Informativos

12. Estudio de los informativos españoles de televisión de cobertura nacional. *Por Javier Fernández del Moral, Montserrat Quesada, José Javier Sánchez Aranda y Bienvenido León*..... 121

13. Abordar el análisis del discurso: ¿hay telebasura informativa? *Por Virginia Luzón e Iliana Ferrer*..... 148

14. La rebelión informativa de laSextaNoticias: planteamientos sobre su credibilidad, independencia, creatividad y solidaridad. *Por Alejandro Salgado Losada* 155

15. ¿Perjudica la publicidad la salud de la información televisiva? Una contraposición entre la exigencia factual del discurso publicitario y la del discurso periodístico en televisión. *Por Ferran Lalueza* 166

16. Tendencias actuales de los realities. El culto al cuerpo. *Por M^a del Mar Ramírez Alvarado e Inmaculada Gordillo Álvarez* 175

17. Una triple necesidad para la televisión de hoy. *Por José Sixto García* .. 184

Cuarta Parte
Publicidad

18. ¿Los valores de la publicidad o la publicidad de valores? reflexiones para la transformación cultural. *Por Eloísa Nos Aldás, Ana M^a Rivas Machota y M^a José Gámez Fuentes* 193

19. El humor como edulcorante de la violencia en la publicidad televisiva. *Por Manuel Garrido Lora* 202

20. La publicidad se disfraza con nuevos valores. *Por David Alameda García*..... 209

21. Los informativos de televisión como soporte publicitario.
Límites éticos de cadenas y anunciantes. *Por Elena Fernández Blanco*..... 220

QUINTA PARTE

Regulación y Consejos Audiovisuales

22. La televisión en España o el incumplimiento sistemático
de la legislación. *Por María Ganzabal Learreta*..... 235
23. Protección del menor y deontología del audiovisual: análisis
preliminar de la aplicación del Código de Autorregulación de
Contenidos Televisivos e Infancia. *Por Julián Rodríguez Pardo* 243
24. Ética, autorregulación y creatividad televisiva. La imagen de los
adolescentes y la violencia doméstica. *Por Juan José Muñoz García*..... 253
25. El Consejo Audiovisual de Andalucía. *Por Joaquín Marín Montín*..... 263
26. La necesidad de establecer autoridades audiovisuales autonómicas ante las
concesiones de licencias de TDT a nivel local.
Por Carmen del Rocío Monedero Morales 270