

Presentación, por Bienvenido León y Luis Miguel Domínguez.....	15
--	----

PRIMERA PARTE

Significado y sentido de los medios públicos

1. La televisión pública española ante el nuevo paradigma comunicativo, <i>por Bienvenido León</i>	19
1.1. <i>Introducción</i>	19
1.2. <i>Nuevas estrategias para un nuevo paradigma</i>	20
1.3. <i>La adaptación de RTVE</i>	23
1.4. <i>Programación</i>	27
1.5. <i>¿Tienen futuro los medios públicos?</i>	29
<i>Bibliografía</i>	31
2. La participación de la audiencia como elemento del servicio público de la televisión: el caso de TVE y Rtv.es, por José Alberto García Avilés....	33
2.1. <i>Concepto de participación de la audiencia</i>	33
2.2. <i>La participación de la audiencia en la televisión pública</i>	35
2.2. <i>Formatos de participación en RTVE</i>	36
2.3. <i>El caso de Tengo una pregunta para usted (TVE)</i>	38
<i>Bibliografía</i>	46
3. Pluralismo confesional y servicio público. La programación de carácter religioso en las televisiones públicas de Italia, Francia, Portugal y España, <i>por Teresa Piñeiro-Otero; Xabier Rolán</i>	48
3.1. <i>El servicio público de la televisión en el ámbito europeo</i>	48
3.2. <i>El pluralismo en la televisión</i>	50
3.3. <i>Diversidad cultural y servicio público</i>	51
3.4. <i>La religión televisada</i>	52
3.5. <i>Método</i>	53
3.6. <i>Programación religiosa</i>	54
3.7. <i>Diversidad confesional y programación televisiva</i>	56

3.8. Tipología de programas religiosos.....	59
3.9. El acceso de las diferentes confesiones a la televisión.....	60
3.10. Conclusiones.....	61
Bibliografía	62
4. Se necesita redefinir la televisión pública, por Rafael Ahumada Barajas	64
4.1. Introducción	64
4.2. Planteando el problema de la televisión pública en México.....	65
4.3. La televisión pública mexicana hoy.....	67
4.4. La redefinición de la televisión pública	69
Bibliografía	70
5. Encomiendas de servicio público en el nuevo corpus legislativo de la televisión pública de titularidad estatal, por Francisco José Pérez Huertas ...	71
5.1. Programación de servicio público en RTVE	72
5.2. El derecho de acceso en la Corporación RTVE.....	77
5.3. Conclusiones.....	80
6. Televisiones públicas autonómicas: viabilidad y pluralismo. El caso de RTVV, por Félix Arias Robles.	81
6.1. Introducción.....	81
6.2. Contexto económico, político y social	82
6.3. Audiencia.....	84
6.4. Financiación	87
6.5. El caso de Radio Televisión Valenciana	90
6.6. Conclusiones.....	93
Bibliografía.....	94
7. ¿Puede la nueva televisión pública aprender de la antigua?	
<i>por Virginia Luzón; Mar Binimelis.</i>	95
7.1. Introducción.....	95
7.2. El modelo catalán y la competencia con Madrid	97
7.3. Entrevistas en profundidad.....	99
7.4. Características TVE en Cataluña.....	99
7.4.1. Calidad	99
7.4.2. Internacionalización.....	100
7.4.3. Rutinas de producción y bajo presupuesto.....	100
7.4.4. Relación con Madrid	101
7.4.5. Programas catalanes en la parrilla nacional.....	101
7.4.6. Programación en catalán.....	102
7.4.7. Escuela de Barcelona.....	102
7.5. Conclusiones.....	102
Bibliografía.....	103

8. La estrategia de los radiodifusores españoles en Internet: nuevos modelos de interacción con el espectador, por Raquel Vinader Segura; Natalia Abuín; Vences; Alberto García	105
8.1. <i>Introducción</i>	105
8.2. <i>Objetivos y metodología</i>	106
8.3. <i>Un nuevo entorno competitivo</i>	106
8.4. <i>Estudio comparativo TVE y Antena 3 TV</i>	109
8.5. <i>Conclusiones</i>	112
<i>Bibliografía</i>	113
9. El papel de la mujer en la publicidad no convencional de televisión. Micromachismos vs. igualdad, por Narcisa Gómez Jarava; Eugenia Paredes Fernández.	114
9.1. <i>Introducción</i>	114
9.2. <i>Objetivos</i>	115
9.3. <i>Metodología</i>	115
9.4. <i>Concepto de micromachismo</i>	116
9.5. <i>Nuevos formatos publicitarios en televisión</i>	119
9.6. <i>Análisis de contenido</i> :.....	120
9.7. <i>Resultados</i> :	124
9.7.1. <i>Formatos</i>	124
9.7.2. <i>Tipos de producto</i>	124
9.7.3. <i>Cadenas de televisión</i>	124
9.7.4. <i>Estereotipos de género</i>	124
9.7.5. <i>Micromachismos</i>	126
9.8. <i>Conclusiones</i> :.....	128
<i>Bibliografía</i>	130
10. La transformación institucional de la televisión pública en España (TVE): percepciones internas y externas, por José María García de Madariaga. .	131
10.1. <i>Servicio público e influencia de las televisiones privadas</i>	133
10.2. <i>Futuro del servicio público</i>	136
10.3. <i>Percepción y opinión sobre los cambios de la nueva ley</i>	138
10.4. <i>Percepción del cambio por parte de la audiencia</i>	140
10.5. <i>Conclusiones</i>	142
<i>Bibliografía</i>	143
11. La igualdad como referente de calidad informativa: incidencia en RTVE, por María José Cantalapiedra González, Leire Iturregi Mardaras y Diana Rivero Santamarina.	144
11.1. <i>Introducción</i>	144
11.2. <i>La Ley de Igualdad y su incidencia en los medios de comunicación públicos y privados</i>	145

11.3. <i>La igualdad como referente de calidad: ¿o restricción a la libertad informativa?</i>	147
11.4. <i>Beneficios de incluir la igualdad en los medios de comunicación</i>	149
11.5. <i>A modo de conclusión</i>	151
<i>Bibliografía</i>	152
12. El modelo privado de producción de programas audiovisuales en una RTVE de financiación netamente pública, <i>por Francisco José Pérez Huertas</i>	153
12.1. <i>Definición de los niveles de producción interna en RTVE</i>	154
12.2. <i>Ocupación de recursos internos de TVE</i>	154
12.3. <i>Niveles de producción interna en las emisiones de TVE</i>	155
12.4. <i>Niveles de producción interna desprendidos de auditorías de RTVE</i>	159
12.5. <i>Conclusiones</i>	160
13. La televisión pública estatal en España. Entre el apagón analógico y el apagón publicitario, <i>por Cesáreo Fernández Fernández;</i> <i>Esteban Galán Cubillo</i>	162
13.1. <i>Preámbulo conceptual</i>	163
13.2. <i>La televisión es la continuidad de un decurso audiovisual</i>	165
13.3. <i>Hipótesis</i>	166
13.4. <i>Estructura empresarial de RTVE</i>	167
13.5. <i>El nuevo escenario tras los cambios legislativos</i>	167
13.6. <i>La inestabilidad financiera</i>	168
13.7. <i>El conflicto con la Unión Europea</i>	168
13.8. <i>El panorama actual tras el apagón analógico y publicitario.</i> <i>Evolución de los datos de audiencia</i>	169
13.9. <i>Conclusiones</i>	170
<i>Bibliografía</i>	173
14. Lo público más allá de lo institucional: identidad, diversidad y tercer sector de comunicación, <i>por Chiara Sáez Baeza</i>	174
14.1. <i>Introducción</i>	174
14.2. <i>Radiodifusión pública y la emergencia de los medios libres</i>	175
14.3. <i>Liberalización de las telecomunicaciones y la radiodifusión en Europa</i>	176
14.4. <i>El lobby privado en la legislación española y la situación de las televisiones públicas y comunitarias</i>	177
14.5. <i>Televisión, identidad y construcción de imaginarios colectivos</i>	179
14.6. <i>Interés público: convergencias entre televisión pública y comunitaria</i>	181
14.7. <i>Conclusiones</i>	183
<i>Bibliografía</i>	184

SEGUNDA PARTE
Contenidos y Audiencias

15. Análisis de las parrillas de programación de las televisiones públicas europeas. Géneros, formatos y audiencias, por Carmen Costa Sánchez; José Juan Videla Rodríguez.....	189
15.1 <i>Introducción. Las televisiones públicas europeas ante un triple reto financiación, gestión y contenidos de calidad</i>	189
15.2. <i>La programación en las televisiones públicas. Entre la calidad y la lucha por las audiencias</i>	191
15.3. <i>Resultados del análisis: Géneros, formatos y audiencias.....</i>	192
15.4. <i>Conclusiones. Comparativa de conjunto: Audiencias por un lado, programación cultural, por otro.</i>	196
<i>Bibliografía.....</i>	198
16. Los contenidos de la TV en abierto en la era digital: las audiencias ante el nuevo panorama mediático, por Gloria Rosique Cedillo.	199
16.1. <i>Introducción</i>	199
16.2. <i>El contexto legislativo y las estrategias empresariales en el sector audiovisual</i>	200
16.3. <i>La Ley General de Comunicación Audiovisual</i>	200
16.4. <i>Contenidos y públicos de la televisión digital</i>	202
16.5. <i>Los públicos de la TDT</i>	205
16.6. <i>Conclusiones</i>	206
<i>Bibliografía.....</i>	209
17. La cultura como valor de cambio en la programación de la Televisión Pública española. Análisis del caso ‘Tras la 2’, por M^a Isabel Rodríguez Fidalgo; M^a del Camino Gallego Santos; Begoña Gutiérrez San Miguel; Fernando Sánchez Pita; Javier Herrero Gutiérrez.	210
17.1. <i>Introducción</i>	211
17.2. <i>Estado de la cuestión. Concepto de programas culturales.....</i>	212
17.3. <i>Tras la 2 un nuevo concepto de programación cultural. Estudio de caso Justificación de la investigación. Hipótesis y objetivos</i>	214
17.4. <i>Metodología de análisis.....</i>	215
17.5. <i>Análisis de datos. Elementos que caracterizan al formato Tras La 2. Identificación y descripción de la estructura externa del programa con el objetivo de identificar los distintos elementos que lo configuran y definen</i>	216
17.6. <i>Descripción de las principales temáticas que se abordan en los contenidos del programa Tras La 2.....</i>	216
17.7. <i>Conclusiones</i>	221
<i>Bibliografía.....</i>	222

18. Ficción histórica en las dos pantallas de TVE: televisión e internet, <i>por Graciela Padilla Castillo</i>	223
18.1. <i>Introducción</i>	223
18.2. <i>Por qué la televisión pública española debe ser una televisión de</i> <i>calidad</i>	224
18.3. <i>Ficción histórica en TVE</i>	225
18.4. <i>Las mejores historias-históricas y las mejores páginas Web:</i> <i>una unión antes inimaginable</i>	227
18.5. <i>Conclusiones y previsiones</i>	231
<i>Bibliografía</i>	232
19. Educación y diversión: los grandes retos de la programación infantil en televisión, <i>por Eugenia Paredes Fernández; Narcisca Gómez Jarava</i>	233
19.1. <i>Introducción</i>	233
19.2. <i>Televisión y educación</i>	234
19.3. <i>Educación mediática y capacidad crítica: La televisión como</i> <i>entretenimiento inteligente</i>	234
19.4. <i>Método de trabajo desarrollado</i>	236
19.5. <i>Análisis</i>	238
19.5.1. <i>Capítulo 1</i>	238
19.5.2. <i>Capítulo 2</i>	239
19.5.3. <i>Capítulo 3</i>	241
19.5.4. <i>Capítulo 4</i>	242
19.5.5. <i>Capítulo 5</i>	243
19.6. <i>Reflexiones a modo de conclusión</i>	244
<i>Bibliografía</i>	246
20. Ficción televisiva de calidad. Una propuesta metodológica: los casos de «Life on Mars» y «Skins», <i>por Joseba Bonaut Iriarte y Teresa Ojer Goñi</i> ..	247
20.1. <i>Introducción</i>	247
20.2. <i>El concepto de calidad televisiva: una propuesta metodológica</i>	247
20.2.1. <i>Adecuación al género</i>	248
20.2.2. <i>Realización técnica</i>	249
20.2.3. <i>La opinión de la audiencia</i>	250
20.2.4. <i>Premios obtenidos</i>	251
20.2.5. <i>Críticas recibidas</i>	251
20.3. <i>Aplicación de la propuesta metodológica al mercado de ficción</i> <i>de Reino Unido: los casos de «Life on Mars» y «Skins»</i>	252
20.3.1. <i>El caso de «Life on Mars»</i>	253
20.3.2. <i>El caso de «Skins»</i>	255
20.4. <i>Conclusiones</i>	256
<i>Bibliografía</i>	257

21. El informativo: la construcción dramática de la realidad,	
<i>por Isadora Guardia</i>	258
21.1. <i>Introducción</i>	258
21.2. <i>Televisión e información. Una aproximación histórica.</i>	259
21.3. <i>El drama informativo</i>	262
21.4. <i>A modo de conclusión</i>	265
<i>Bibliografía</i>	266
22. El concurso como base del entretenimiento de la televisión pública:	
el caso de <i>Un, Dos, Tres... responde otra vez</i>, por Julio Moreno Díaz	267
22.1. <i>El entretenimiento como la fórmula perfecta</i>	268
22.2. <i>La espectacularización de los formatos y la televisión pública</i>	270
22.3. <i>Un, Dos, Tres... como el mayor referente de entretenimiento clásico</i>	
<i>televisivo</i>	272
<i>Bibliografía</i>	275
23. Lazy Town: único programa de entretenimiento dedicado a la salud	
de los niños, por Erika Fernández	276
23.1. <i>Introducción</i>	276
23.2. <i>Objetivos y metodología</i>	277
23.2.1. <i>Lazy Town: «único programa de entretenimiento dedicado a la</i>	
<i>salud de los niños»</i>	277
23.3. <i>Análisis de la serie</i>	279
23.4. <i>Conclusiones</i>	282
<i>Bibliografía</i>	284
24. Ciudadano digital y nueva televisión y publicidad en el actual panorama	
audiovisual, por Cristina del Pino	286
24.1. <i>Introducción</i>	286
24.2. <i>La era del gran cambio</i>	286
24.3. <i>Internet y su incidencia en la nueva publicidad</i>	288
24.4. <i>Nueva televisión web 3.0</i>	291
24.5. <i>A modo de conclusión</i>	294
<i>Bibliografía</i>	294
25. La ficción en la televisión pública: series y TV movies, entre la calidad	
y la audiencia, por Diego Mollá Furió	296
25.1. <i>La programación de largometrajes en televisión</i>	297
25.2. <i>Consolidación de las series en TVE</i>	298
25.3. <i>Nuevas series y nuevos retos en la televisión pública</i>	300
25.4. <i>Las series españolas se programan en prime time</i>	300
25.5. <i>El éxito de las series españolas en TVE</i>	301

25.6. Introducción de las TV Movies y las miniserias en el mercado televisivo español.....	303
25.7. Las audiencias de las TV movies.....	304
25.8. Producción de largometrajes, series y TV movies.....	305
25.9. Conclusiones	307
Bibliografía.....	308
26. La evolución de los últimos realities en España ¿componente educativa? ¿dimensión social? por Begoña Gutiérrez San Miguel; M^a Isabel Rodríguez Fidalgo; Camino Gallego Santos; Javier Herrero Gutiérrez; Daniel Acle Vicente.....	309
26.1. Introducción y finalidad de la investigación	309
26.2. Cuerpo de la investigación	310
26.3. Estado de la cuestión del Reality-Show como una indefnición constante.....	311
26.4. Reality show: características y formatos.....	314
26.5. Características.....	314
26.6. Formatos de reality.....	315
26.7. La función social de los nuevos Realities	317
26.8. Conclusiones	318
Bibliografía.....	319
27. La construcción informativa del caso Malaya, por Iliana Ferrer; Luisa Martínez; Ignacio Bergillos	320
27.1. El caso «Malaya».....	320
27.2. Marco teórico.....	321
27.3. Metodología.....	325
27.4. Resultados.....	325
27.5. Conclusiones	329
Bibliografía.....	330
28. El antihéroe y el fracaso del sueño americano en la ficción televisiva contemporánea. Análisis del caso Hung (Superdotado), por Javier García López; Alicia López Balsas	332
28.1. Introducción	332
28.2. Antecedentes: ¿Estados Unidos ya no es la tierra de las oportunidades?	332
28.3. Un caso paradigmático: Hung (superdotado).....	333
28.4. Análisis narrativo de Hung (superdotado).....	334
28.5. Conclusiones	337
Bibliografía.....	338

29. El videoclip en el ojo del huracán: la crítica académica y social, <i>por David Selva Ruiz</i>	339
1. <i>Introducción</i>	339
2. <i>La crítica al uso y abuso de imágenes perniciosas</i>	340
3. <i>La crítica al peso de la imagen</i>	343
4. <i>La crítica a la repercusión del videoclip sobre la imaginación del espectador y la capacidad evocadora de la música</i>	345
5. <i>La crítica a la «estética del videoclip»</i>	345
<i>Bibliografía</i>	347
30. La globalización de la sátira televisiva, por José Luis Valhondo Crego	349
1. <i>La metodología del análisis comparativo</i>	351
2. <i>Resultados y conclusiones</i>	352
<i>Bibliografía</i>	355
31. La Televisión Híbrida: el impacto de la convergencia entre la radio- difusión y las telecomunicaciones en el consumo de contenidos y en los ratios de audiencia, por Natalia Abuín; Raquel Vinader; Alberto García	356
<i>Introducción</i>	356
<i>Objetivos</i>	358
<i>Hipótesis</i>	359
<i>Metodología</i>	359
<i>Resultados</i>	361
<i>Italia</i>	361
<i>Gran Bretaña</i>	363
<i>Alemania</i>	364
<i>España</i>	364
<i>Conclusiones</i>	365
<i>Bibliografía</i>	367
32. La contribución de los Consejos Audiovisuales a la protección de la infancia, por Begoña Zalbidea; Juan Carlos Pérez; Santiago Urrutia; Susana López	368
<i>Introducción</i>	368
<i>La legislación</i>	370
<i>Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia</i>	371
<i>Los consejos audiovisuales</i>	372
<i>Cataluña</i>	374
<i>Navarra</i>	377
<i>Andalucía</i>	378
<i>Conclusiones</i>	382
<i>Bibliografía</i>	383

33. El consejo audiovisual estatal y los derechos de los telespectadores, <i>por Paula Requeijo Rey</i>	385
<i>Introducción</i>	385
<i>Discrepancia sobre la existencia y fines del Consejo</i>	386
<i>Modelos de países vecinos: Inglaterra y Francia</i>	388
<i>Los Consejos Audiovisuales de Cataluña, Navarra y Andalucía</i>	389
<i>El Consejo Audiovisual Estatal</i>	391
<i>Conclusiones</i>	393
<i>Bibliografía</i>	395