

Ecología de la televisión: tecnologías, contenidos y desafíos empresariales

XVIII

Actas del
Congreso Internacional de Comunicación

Editores:

**Jorge Latorre Izquierdo,
Alfonso Vara Miguel,
Montserrat Díaz Méndez**

Facultad de Comunicación
Universidad de Navarra



Ediciones Eunate

COMITÉ ORGANIZADOR

Jorge Latorre Izquierdo, Alfonso Vara Miguel, Francisco Javier Pérez-Latre, Montserrat Díaz Méndez, María Ángeles Artazcoz.

SECRETARIA EJECUTIVA

Lidia Fernández Sánchez

COMITÉ CIENTÍFICO

Presidente: María Teresa La Porte (Universidad de Navarra)

Ángela Powers (Northern Illinois University), Alan Albarran (University of North Texas), Thomas Cooper (Emerson College), Phill Brooks (University of Missouri), Jordi López Botey (Universitat Ramon Llull), Karen Sanders (University of Sheffield, Reino Unido), Manuel Martín Algarra (Universidad de Vigo).

© Ediciones Eunate

e-mail: eunate@edicioneunate.com

© Ramón Bultó Llevat, Giuseppe Richeri, Gianfranco Bettetini, Mikel Lejarza, Claude-Jean Bertrand, José Ángel Cortés Lahera, Leo Bogart, Ana Almansa Martínez, Lucio Blanco Mallada, José Alberto García Avilés, Alberto García Martínez, Bienvenido León Anguiano, Jorge Milán Fitera, Carlos Ortíz de Landázuri, Antonio J. Baladrón Pazos, Rocío Chamizo Sánchez, Mercedes Montero Díaz, Marta Pacheco Rueda, Idoia Portilla Manjón, Inmaculada Postigo Gómez, Claudia Rausell Köster, Paloma Díaz Soloaga, Beatriz Rodríguez Becedas, Paola Rivera Martínez, María Sánchez Carmenado, Elisa García Mingo, Izaskun Fernández de Terán, Rebeca Collado, Marta Barahona Oviedo, Carlos Muñiz, Juan José Igartua, Íñigo Sarriguarte Gómez, Ana María Sedeño Valdellós, Jaume Soriano, Macarena Lozano Oyola, Francisco Javier Davara Torrego, Juan Fernández Tamames, Eva Espinar, Carlos Frau, Mercedes Muñoz Saldaña, Luis Benjamín Romero Landa, Zhenzi Wang, Zhi-Qiang Liu, Steve Fore, Suzana Zilic Fiser, Soledad Ruano López, Tatiana Millán Paredes, Pedro J. Gómez Martínez, María del Mar Grandío Pérez, Alejandro Pardo Fernández, Patricia Diego González, Luis Benjamín Romero Landa, Macarena Lozano Oyola, Patricia Diego González, Francisca Bermejo González, Joseba Bonaut Iriarte, Marina Cabada del Río, Marta García Aller, María del Carmen García Galera, Mercedes Medina Laverón, María Jesús Díaz González, Alfredo García Luarte, Francisco López Cantos, Carmen Mayugo i Majó, F. Borja Mora-Figueroa, Juan José Lareira, Inmaculada José Martínez Martínez, María Dolores Prieto del Pino, Juana Farfán Montero.

ISBN: 84-7768-154-6

Depósito Legal: NA-2719-2004

Printed in Spain-Impreso en España

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	11
---------------------------	----

PONENCIAS

El papel de las administraciones públicas en la defensa de una televisión de calidad	17
Ramón Bultó Llevat	
La Radiotelevisione della Svizzera Italiana nel quadro europeo: Caratteri, problemi e prospettive	25
Guiseppe Richeri	
La spettacolarizzazione dell'offerta televisiva	45
Gianfranco Bettetini	
El entretenimiento en televisión. Negocio, espectáculo y responsabilidad	59
Mikel Lejarza	
Polluted television. What can be done?	67
Claude-Jean Bertrand	
Los desafíos de la neotelevisión	83
José Ángel Cortés Lahera	
Media and Civility	97
Leo Borgart	

COMUNICACIONES

INFORMACIÓN EN LA TELEVISIÓN DEL ESPECTÁCULO

Imagen de las relaciones públicas en la televisión	107
Ana Almansa Martínez	
La instantaneidad: un elemento clave de la información en la televisión del espectáculo	115
Lucio Blanco Mallada	

Algunos parámetros del periodismo de calidad en televisión.....	125
José Alberto García Avilés	
En las fronteras de la no-ficción. El falso documental (Definición y Mecanismos)	135
Alberto García Martínez	
La información ambiental en la televisión española: estudio cuantitativo y cualitativo	145
Bienvenido León Anguiano	
Ficción, realidad y verosimilitud en la neotelevisión italiana	155
Jorge Milán Fitera	
El debate sobre la ecología de la televisión en la posmodernidad: ¿Tiene la razón pública televisiva presupuestos psicoanalíticos inconscientes? (un debate entre Popper, Luhmann, Derrida y Condry)	167
Carlos Ortiz de Landázuri	

LOS LÍMITES DE LA PUBLICIDAD:

LA TELEVISIÓN AL SERVICIO DEL CONSUMIDOR Y DE LA AUDIENCIA

La tecnología, fuente de violencia publicitaria: imágenes y espectador televisivo	185
Antonio J. Baladrón Pazos	
La televisión como medio publicitario	195
Rocío Chamizo Sánchez	
Por qué hay que estudiar Historia de la Publicidad.....	205
Mercedes Montoro Díaz	
Nuevas necesidades de información para el análisis y la medición de audiencias televisivas	223
Marta Pacheco Rueda	
La medición de audiencias minoritarias.....	231
Idoia Portilla Majón	
El Spot audiovisual: ¿Qué tipo de sociedad construimos?.....	243
M. Inmaculada Postigo Gómez	

La ficción en los spots publicitarios.....	255
Claudia Rausell Köster	

**LA SOCIEDAD QUE NOS CUENTAN:
LOS EFECTOS SOCIALES DE LOS CONTENIDOS**

Bowling for Columbine	
¿Qué esconden los medios? Investigación sobre la violencia en los telediarios de cadenas españolas	267
Paloma Díaz Soloaga, Beatriz Rodríguez Becedas, Paola Rivera Martínez, María Sánchez Carmenado, Elisa García Mingo, Izaskun Fernandez de Terán, Rebeca Collado, Marta Barahona Oviedo	

Información noticiosa sobre la inmigración en los medios de comunicación. Un análisis de la prensa y televisión españolas	281
Carlos Muñiz, Juan José Igartua	

La nueva cultura visual bajo la tecnificación de los media	291
Íñigo Sarriugarte Gómez	

Visibilidad del fenómeno social y musical flamenco en televisión	301
Ana María Sedeño Valdellós	

La audiencia femenina ante la información sobre violencia de Género	309
Jaume Soriano	

El contenido de la política medioambiental en los medios de comunicación: repercusiones en el ámbito económico, ambiental y social.....	319
Macarena Lozano Oyola	

**TELEVISIÓN PÚBLICA FRENTE A TELEVISIÓN PRIVADA:
¿SÓLO DOS MODELOS DIFERENTES DE GESTIÓN?**

Hacia una nueva televisión sin solución de continuidad	329
Francisco Javier Davara Torrego	
Juan Fernández Tamames	

“La supresión de las noticias importantes” Cien años después	339
Eva Espinar, Carlos Frau	

La legítima dimensión comercial de la Televisión y su necesario reconocimiento jurídico	349
Mercedes Muñoz Saldaña	
Una propuesta sobre las funciones de la televisión pública	357
Luis Benjamín Romero Landa	
Coevolution and convergence: new strategies for Chinese Television in the new media age	365
Zhenzi Wang, Zhi-Qiang Liu, Steve Fore	
Channel 4. An hybrid model of broadcasting. A lesson for public service broadcasters in Europe?	377
Suzana Zilic Fiser	
Televisión pública versus televisión privada: homogeneización en la programación y deslealtad en la financiación.....	389
Soledad Ruano López, Tatiana Millán Paredes	

POR UN ENTRETENIMIENTO DE CALIDAD EN TELEVISIÓN

Acerca de la programación infantil	399
Victoria Tur Viñes, Maite Barceló	
Sitcom, dramedia y serial. El estándar de la ficción televisiva	409
Pedro J. Gómez Martínez	
Series televisivas con éxito: ¿hay espacio para la calidad? El caso Friend	413
María del Mar Grandío Pérez	
La producción televisiva independiente en España (1997-2002): Cómo sobrevivir en un mercado competitivo	421
Alejandro Pardo Fernández, Patricia Diego González	
“La tragedia de los comunes” y la “telebasura”: una propuesta de solución desde la experiencia de las metodologías de certificación de calidad y de gestión medioambiental.....	443
Luis Benjamín Romero Landa, Macarena Lozano Oyola	

Los índices de audiencia de la ficción nacional: las 25 Series más vistas (1992-2002)	451
Patricia Diego González	

**LA TIRANÍA DE LA NEOTELEVISIÓN:
EL ESPECTÁCULO PARA CUOTAS DE AUDIENCIA
COMO ÚNICO CRITERIO**

Un mundo implacable. La cultura de la simulación. De un presente confuso a un futuro incierto	463
Francisca Bermejo González	

El fútbol como reclamo de la audiencia. La lucha por los derechos de retransmisión de la Liga de Fútbol Profesional (LFP). Perspectiva Histórica	475
Joseba Bonaut Iriarte	

La televisión “del espectáculo” en el siglo XXI y las audiencias “Heterodirigidas”	487
Marina Cabada del Río	

El callejón del gato de la Televisión: los programas de <i>zapping</i> como paradigma posmoderno de lo grotesco	497
Marta García Aller	

Consecuencias de la telebasura: un suculento negocio y una nueva forma de audiencia	507
María del Carmen García Galera	

Audiencia y televisión	513
Mercedes Medina Laverón	

**EL DIFÍCIL EQUILIBRIO ENTRE LA SOLIDARIDAD
Y LA LÓGICA DE MERCADO**

El sector de medios de comunicación en la economía española. Balance del Año 2002	527
María Jesús Díaz González	

El dilema de la televisión de proximidad en Chile	535
Alfredo García Luarte	
Televisión local y políticas de desarrollo local.....	543
Francisco López Cantos, Carme Mayugo i Majó	
¿Favorecerán los cambios en la legislación audiovisual norteamericana la expansión de los grandes grupos de comunicación?	549
F. Borja Mora-Figueroa M.	
Hacia una caja menos boba.....	559
Juan José Larrea	
Perspectivas de análisis y valoración de los contenidos publicitarios en la ecología de la comunicación	567
Inmaculada José Martínez Martínez , María Dolores Prieto del Pino, Juana Farfán Montero	