

12. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DE LOS MEDIOS ANTE EL TRATAMIENTO DEL CONFLICTO. EL CASO DE GAMONAL

PABLO AGUILAR CONDE¹ Y BASILIO CANTALAPIEDRA NIETO²
Universidad de Burgos

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación han de afrontar su trabajo desde la responsabilidad que tienen con la sociedad a la que informan, respetando tanto la normativa vigente, sus propios códigos, deontológicos y autorregulatorios, como la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a la que se comprometen como empresas. Cuando lo noticiable es un conflicto, aumenta incluso el grado de respeto debido a la «verdad» del mismo, y a las diversas caras que la realidad presenta. El pluralismo es deudor de estas múltiples facetas. Un pluralismo poliédrico que permite tender a ofertar al espectador y al lector, una visión cercana a la verdad. Y decimos cercana porque la verdad, concepto ideal, es absolutamente inasible. Por ello la manera de representar la noticia de un conflicto ha de perseguir aportar el máximo volumen posible de datos al ciudadano, de forma que le permitan crearse una opinión sobre lo acaecido, sin manipulaciones o informaciones teledirigidas previas. Cuando el suceso conflictivo transcurre fuera de los centros emisores de la información nacional, serán la prensa y medios locales los que lleguen con inmediatez al foco de la noticia, convirtiéndose en los primeros responsables en retratar el hecho y cuantificar su importancia. Así ocurrió con los acontecimientos con-

¹ Doctor en Economía por la UBU y Licenciado en Derecho (Uned). Docente en la Facultad de Económicas y Escuela Universitaria de Relaciones Laborales (UBU). Experiencia profesional en el área de contabilidad-fiscal de empresas.

² Doctor en Comunicación por la Universidad de Burgos y Licenciado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Valladolid. Docente en el Grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Burgos. Ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la producción cinematográfica y televisiva.

flictivos sucedidos en el barrio burgalés de Gamonal, en enero de 2014, y con su progresiva relevancia informativa en medios locales, nacionales e incluso mundiales. El tratamiento de la noticia de un conflicto opera desde un doble nivel. Primero aquel por el que el periodismo de proximidad refleja los hechos con inmediatez, por la cercanía a lo acontecido, pero no siempre con la objetividad que una mayor distancia a lo retratado permite. El conflicto exige en su esencia la presencia del *otro*, y será con la percepción de la ausencia de acuerdo cuando se visualice (Redorta, 2018), por ello la cercanía del periodismo, le sitúa a menudo en uno de los lados. En segundo lugar, la lejanía al suceso local y a sus protagonistas, puede dotar a la información realizada desde los centros nacionales de producción de noticias de un mayor grado de objetividad. Por contra, podrían contar con un menor volumen de datos sobre los motivos y devenir de los acontecimientos, dificultando el respeto debido al pluralismo al no contar con la visión de todos los actores. Además, la convivencia de la noticia con otros sucesos de relieve global puede distorsionar su importancia relativa.

El conflicto de Gamonal, puede dividirse en dos aspectos. Primero el relativo a los acontecimientos reales que sucedieron y sus causas. El segundo viene dado por su representación mediática. La búsqueda de la objetividad en el tratamiento de la noticia ha de agarrarse al uso de la duda y la crítica como motor, tanto ante el hecho como ante la forma de contarlo. El ruido informativo puede provocar la distorsión de la noticia y de su análisis. La realidad aunque cercana, siempre es compleja. Desde la posición del analista del retrato mediático el reto fundamental es mantener la objetividad. El investigador se ve inmerso en una sociedad reflejada por los medios de comunicación desde sus propias líneas editoriales, más la realidad le afecta también ya que cuenta con su opinión particular ante las situaciones descritas. La proximidad conlleva una implicación en el objeto mediático estudiado. Por otro lado, las posibilidades de la red son aprovechadas por los usuarios, en pos de una mayor calidad informativa, generando contenidos sobre las cuestiones que más les afectan, y la cercanía geográfica es un valor añadido que incentiva la producción de información. El audiovisual de proximidad se dirige específicamente a un *target* de espectadores que reconocen los lugares en los que suceden los hechos que se cuentan, identificándose con sus protagonistas. Su gestión profesional recae en las televisiones locales y autonómicas. Los nuevos medios digitales de proximidad surgen por la asunción por la ciudadanía del papel prosumidor por el que el usuario pasa de un rol pasivo a otro activo. Este concepto conjuga las funciones de productor y consumidor, aprovechando los nuevos medios que permiten que el usuario cree y envíe las imágenes, aparte de simplemente recibirlas (Toffler, 1980). Todo esto es posible al existir un nivel avanzado respecto al uso de la tecnología de las TIC, que permite incrementar «la *participación activa* en la generación, producción, edición y distribución» de los servicios (Tubella, Tabernerero y Dwyer, 2008:103).

METODOLOGÍA

Se toman como objeto de estudio los acontecimientos conflictivos sucedidos en el barrio burgalés de Gamonal en enero de 2014 y la forma en la que se reflejaron por los medios de prensa escrita, televisiva y digitales. Se ha procedido al análisis de unidades representativas en función del tipo de soporte empleado. Para la prensa escrita se aplicó el trabajo sobre las portadas de los dos periódicos locales más representativos, *Diario de Burgos* y *El Correo de Burgos*, perteneciente a *El Mundo*. En cuanto a las televisiones estatales, se analizan las piezas alojadas en la web de RTVE. Respecto a los medios digitales locales, se han estudiado los casos del *Diario de Burgos* y *Burgos Digital*. Se analiza la manera en la que se construye la noticia, tomando la cuestión global del respeto al pluralismo, obligado por lo marcado por la normativa legal, compromisos como los códigos deontológicos y las memorias de RSC.

RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS. COMPROMISOS Y NORMATIVA

Existen tres aspectos esenciales que los medios han de tener en cuenta a la hora de desarrollar su trabajo en relación al pluralismo que su función social exige, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), sus propios códigos deontológicos y la legislación vigente. A pesar de que, en teoría, la RSC es un término necesario para la continuidad y el desarrollo a largo plazo de una empresa, es un concepto que, o no es bien entendido o el grado de laxitud es demasiado amplio. Un primer factor que marca la importancia de la RSC y coincide con la información es el efecto de la globalización. Esta implica que los problemas locales sean percibidos como universales, de ahí que el conflicto se dirija a universalizarse con la tendencia humana a posicionarse en un extremo o bando del mismo. La RSC suele considerarse como ética aplicada, y una de las utilidades de la misma es la construcción del carácter que, a diferencia del temperamento, puede ser adquirido y desarrollado. Es en este punto donde puede considerarse que falla la RSC de los grupos informativos ya que, lejos de trabajar desde una perspectiva objetiva y plural, pueden tratar de ofrecer su propia visión para facilitar la construcción del carácter que interesa al grupo editorial. La responsabilidad de la empresa puede ser entendida como una especie de contrato moral con los grupos de interés con los que se relaciona, de modo que responda a la pluralidad de voluntades en juego, y en concreto, en el caso de información y conflicto, los de los clientes (lectores y espectadores), la comunidad local (contexto de la noticia) y la sociedad en general (a través de la generalización del conflicto). Una empresa responsable debe ser capaz de satisfacer los objetivos de los grupos de interés,

que a nivel general podemos sintetizar en transparencia informativa, participación y beneficio mutuo.

El código deontológico del periodismo (FAPE, 2017) incide en el compromiso con la búsqueda de la verdad, remarcando que se informará sólo sobre aquellos hechos de los que se conozca el origen. Sin embargo, la urgencia en la difusión de lo noticiable, choca con el tiempo preciso para averiguar el origen de un suceso, más si cabe cuando éste se produce fuera del ámbito habitual de actuación de los medios estatales y si lo que se refleja es un conflicto enquistado entre las partes. La no obligada neutralidad, presente también en el mismo código deontológico, permite sin embargo posicionarse en uno de los lados, aunque se mantenga el criterio de pluralismo.

Por otro lado, la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual, de 31 de marzo (LGCA) busca corregir la dispersión legislativa previa, adaptar la normativa de un sector que evoluciona velozmente en tecnología y modelos de negocio, garantizando el derecho de la ciudadanía «a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo», adecuando los contenidos al hecho constitucional. Para ello cuenta con un articulado dirigido a garantizar la libre competencia y el pluralismo en el mercado televisivo y radiofónico, por su extrema importancia en la formación de la opinión pública. Así el artículo 22 describe los servicios de comunicación audiovisual como de interés general, prestándose:

(...) en el ejercicio del derecho a la libre expresión de ideas, del derecho a comunicar y recibir información, del derecho a la participación en la vida política y social y del derecho a la libertad de empresa y dentro del fomento de la igualdad, la pluralidad y los valores democráticos.

La pluralidad de la televisión pública se define en el título IV de la LGCA, describiendo como objetivos generales la difusión de contenidos que propaguen los valores constitucionales y la diversidad, así como formar una opinión pública plural. La LGCA, en sus artículos del 4 al 9, regula también los derechos del público. Estos incluyen el de recibir una comunicación audiovisual plural, disponer de una comunicación transparente y participar en el control de los contenidos audiovisuales. La LGCA opera como un contenedor de derechos y deberes, los primeros para el público y ambos aplicables para los emisores. La irrupción de lo digital ha alterado los modelos de negocio tradicionales, multiplicándose la posible oferta de contenidos, así como el modo por el que la audiencia puede acceder a ellos, incluyendo la red que se convierte en una nueva opción para los proveedores. La normativa no evoluciona al mismo ritmo que lo tecnológico, ya que la legislación debe ser garantista ante los cambios, yendo siempre tras el veloz avance de lo tecnológico en lo referente a la producción, distribución y exhibición de los contenidos. La norma no contempla el hecho de que la operativa se abarate y democratiza, incentivando la aparición de contenidos y medios digi-

tales generados por los usuarios prosumidores. Cuando estos afrontan una noticia, lo hacen desde su escaso tamaño, y por ello, menor potencial para crear una opinión predefinida sobre un conflicto determinado. Pero su importancia aumenta, sobre todo para completar el rompecabezas mediático, aportando visiones sobre la realidad, independientes de la línea editorial de los grandes grupos, coincidentes o no con ellas, que amplían el abanico del pluralismo. La LGCA protege al ciudadano «de posiciones dominantes de opinión o de restricción de acceso a contenidos universales de gran interés o valor». Al velar también por el pluralismo y libre competencia de los medios, el artículo 36 enuncia que, aunque las empresas puedan participar en diversos prestadores del servicio de comunicación televisivo, no deben adquirir participaciones significativas en más de un prestador estatal de servicios, si la suma de la audiencia media de sus canales supera el 27 % de la audiencia total. Con ello la reorganización del sector ha conducido a un oligopolio, minorándose el pluralismo. Frente a lo privado, los medios públicos deben mantener sus objetivos de tal índole. Así, RTVE garantizará el servicio público radiotelevisivo, promoviendo el pluralismo como uno de sus objetos primordiales asegurando que la pluralidad social, ideológica, política y cultural española se exprese. Para ello es preciso garantizar una información objetiva, veraz y plural, siguiendo el criterio de independencia profesional, distinguiendo perceptiblemente información de opinión. Es esencial que los contenidos respeten el pluralismo, sea cual sea la línea editorial de la empresa, así como que se preserve la veracidad de la información comprobándola. La norma tiene tan buenas intenciones como ambiguas, al no existir una cuantificación que permita medir el cumplimiento o no del derecho al pluralismo. El derecho de la ciudadanía a participar en el control de los contenidos halla una canalización no prevista en la LGCA a través de los medios digitales, que permiten desarrollar una labor crítica ante la información generada por unas pocas grandes entidades, operando como contrapeso democrático en la sociedad de la información. El pluralismo puede relacionarse con el concepto del fuera de campo, como aquello no visualizado o la acción que no puede verse al desarrollarse fuera del encuadre (Sánchez Noriega, 2010), pues puede extenderse a lo temático, ideológico u opiniones que no se muestra al espectador. Cuantas más opiniones se eludan mayor será la necesidad crítica de los usuarios prosumidores para completar los huecos. El derecho al control no implica el favorecimiento de una política censora o autocensora. El término interesa a la gestión del derecho de la información, que alude tanto al derecho subjetivo a informar y a ser informado, como al de expresar ideas y recibirlas (Gubern, 1980). Si hay una instancia sobre la que descansa el pluralismo es el campo de las ideas, existiendo por ello una constante lucha para que el poder, que permite la influencia asimétrica de un actor social en las decisiones del resto favoreciendo sus propios intereses (Castells, 2010), pueda ser controlado.

EL CONFLICTO DE GAMONAL Y SU REPRESENTACIÓN MEDIÁTICA

Contextualizando brevemente el conflicto que tuvo lugar en el barrio burgalés de Gamonal, puede decirse que pasó de tratarse administrativamente de un pueblo, a formar parte de la ciudad de Burgos en 1955, continuándose con la transformación urbana, mediante la fundación en 1964 del Polo de Promoción Industrial y la instalación del polígono de Gamonal-Villayuda (Erro y Medina, 2016). El Ayuntamiento de Burgos planteó la construcción de un bulevar en la calle Vitoria, eje central que vehicula la capital burgalesa, a la altura del barrio obrero de Gamonal. Ya durante 2013 se produjeron una serie de manifestaciones y asambleas vecinales movilizándolo a la ciudadanía ante la construcción del bulevar. La plataforma Bulevar Ahora No, se disolvió el 10 de enero de 2014 al no lograr sus objetivos con las instituciones, iniciándose esa misma noche la oposición frontal a la entrada de las máquinas excavadoras en la calle. El 14 de enero, Javier Lacalle, alcalde de la ciudad decidió detener el proyecto, en espera de obtener un consenso mayor sobre las obras, paralizándolo definitivamente el 17 de enero.

La prensa escrita local, Diario de Burgos y El Correo de Burgos, mostraron con un tono positivo en las portadas del 10 de enero el inicio de las obras, con titulares como «Arranca el bulevar de Gamonal» y «Gamonal, en obras y sin colapso» y fotos diurnas mostrando lo que luego se conoció como zona cero. La noche de esa jornada marcó el inicio del conflicto y las portadas de los días siguientes actuaron en consonancia, insistiendo Diario de Burgos con el término «violencia», en las portadas del 11 al 13 de enero, así como con una mostración del número de detenidos («17 detenidos tras un episodio de violencia radical en Gamonal», «23 detenidos en la segunda noche de violencia callejera en Gamonal» y «Lacalle mantiene el bulevar y no claudicará ante la violencia»). Las fotos de estas portadas pasan a ser nocturnas, repitiéndose imágenes de contenedores ardiendo y jóvenes encapuchados, así como convirtiéndose en protagonista el día 13 el propio medio, al mostrar una manifestación nocturna que finalizó ante la sede de Promecal, empresa propiedad del también responsable del Diario de Burgos. En las mismas fechas, los titulares de El Correo de Burgos, insistieron en el perfil violento del conflicto («Batalla campal en Gamonal», «El Estado del Derecho no claudicará ante la violencia» o «Las máquinas vuelven hoy a Gamonal sin achantarse ante la violencia urbana»), repitiéndose el mismo tipo de fotografías nocturnas y con similar puesta en escena, escombros, mobiliario urbano ardiendo y jóvenes ocultándose. Del 14 al 16 de enero, los titulares del Diario de Burgos desplazan su mirada hacia la figura del alcalde burgalés, Javier Lacalle («Los vecinos ganan el pulso a Lacalle al impedir que se reinicie la obra del bulevar», «Lacalle para la obra del bulevar para buscar un nuevo consenso» y «Los partidos en pleno exigirán a Lacalle sepultar el bulevar»), mientras que *El Correo de Burgos* recalca el día 14 que «La protesta toma la obra...y las máquinas se repliegan», señalando

también al alcalde el día 16 («Lacalle busca con quien dialogar»). Las fotos que ilustran las portadas de este medio, mantienen la noche como ámbito, centrándose en la presencia policial en las manifestaciones burgalesas, y en las marchas que se extendieron al resto de España, centrándolas en Madrid y reflejando una serie de banderas republicanas (16 de enero). La misma marcha se destaca en la foto de portada del Diario de Burgos de esa fecha, insistiendo en la nocturnidad de las manifestaciones el día previo, aunque el 14, fecha del momentáneo paro de las obras, la foto destaca una multitud en una asamblea diurna. El 17 de enero parece establecerse una tregua, ya que el titular del *Diario* se dedica a una cuestión sanitaria. El día 18 ambos medios destacan la paralización definitiva de las obras, el Diario con «Lacalle entierra el bulevar y no se plantea la dimisión» y *El Correo* con un «Gamonal vence» mostrando a los vecinos en la zona cero, celebrando la consecución del objetivo. En definitiva, ambos medios coinciden en destacar el primer día la importancia que, para ellos, tiene el inicio de las obras, trabajando con fotografías diurnas, pasando los días posteriores a establecer una dicotomía con la noche, en la que se centran en resaltar la violencia, no protagonizando las fotos las asambleas que congregaban a personas de todas las edades a lo largo del día, sino jóvenes y contenedores ardiendo. A partir del día 13 es el vocablo «Lacalle» el que inunda los titulares de los medios, especialmente de uno de ellos, dirigiendo su mirada hacia la figura del alcalde. Será el 18 de enero, con la paralización definitiva, cuando de nuevo se destaque a los vecinos del barrio y su alegría con el resultado. Son reseñables dos titulares que comparten la portada del *Diario* el día 24, en los que se apunta tanto a la destrucción del volumen de empleos en Burgos durante el año 2013, como al ajuste laboral en las plantillas de las empresas adjudicatarias de las obras del bulevar.

Aparecen 38 referencias alojadas en la web de RTVE que surgen con la búsqueda del término «Gamonal», de las que 20 proporcionan el enlace a un video breve que muestra la evolución a la hora de reflejar la noticia, en este caso, exclusivamente del conflicto, ya que la prensa escrita local comenzó su relato con el anuncio de las obras. No fue hasta el 13 de enero cuando empezó a introducirse el vocablo «Gamonal» en los titulares de los videos. La falta de una perspectiva previa sobre lo local, implicó que se ubicase el conflicto en la generalidad de la ciudad de Burgos, hasta que se parceló la geografía urbana situando los acontecimientos en un barrio concreto de la ciudad. Si la palabra «violencia» fue la más repetida en las portadas de la prensa escrita local, es el término «detenido» el que aparece hasta en 6 ocasiones en los titulares de los videos de RTVE. Tampoco se personaliza en el apellido del alcalde burgalés, *Lacalle*, el desarrollo de los hechos, posiblemente por el mismo motivo que causa que el nombre de Gamonal no surja desde el inicio de los acontecimientos, el desconocimiento de la realidad local. Los contenidos de video establecen una oposición entre las acciones diurnas, protagonizadas por personas de edad madura manifestándose o reuniéndose pacíficamente en las habituales asambleas que tenían lugar en la zona cero, destacándose

incluso las acciones colaborativas de apoyo económico a los detenidos, frente a las nocturnas, apoyadas en la iluminación generada por los contenedores y mobiliario urbano en llamas y protagonizadas por individuos jóvenes. Son reseñables las imágenes del día 11 de enero, proporcionadas por una televisión local, Canal 54, que muestran profusamente la violencia a pie de calle, como contenido generado desde la proximidad e inmediatez. El 15 de enero coinciden el video y la portada de uno de los medios escritos locales, mostrando la imagen de unas banderas republicanas en una marcha acaecida en Madrid en apoyo al barrio obrero de Gamonal. Las entrevistas realizadas a los vecinos a pie de calle (en todos los casos personas maduras), obtienen la constante respuesta del apoyo a la postura vecinal, salvo en un caso del que, curiosamente, se repite su corte hasta en dos ocasiones, apoyando una locución que indica que las preguntas a los vecinos han mostrado una división de opiniones. En los últimos días, se entrevista recurrentemente a un vecino que acabó convirtiéndose en portavoz de las decisiones de la asamblea vecinal, convirtiéndose en voz e imagen autorizada de la misma. Frente a ellos, la visión ante el conflicto del ayuntamiento se visualiza a través de las comparecencias institucionales en la sede municipal. Las entradillas realizadas en los telediarios desde el plató, coinciden en incluir en su lenguaje términos con connotaciones negativas acerca de los detenidos, incidentes y actos violentos. Los reporteros a los que se dan paso y ubicados en la calle burgalesa, suavizan sin embargo el tono de su locución, dirigiéndola más a los aspectos vecinales y de gestión cooperativa de las asambleas, la proximidad proporciona mayor información y, quizá, empatía con los protagonistas.

Frente a la información tradicional, escrita y televisiva, se sitúan los medios digitales locales, con ejemplos como *Diario de Vurgos* y *Burgos Dijital*. Estos medios completan el puzzle mediático ya que, desde la proximidad, aportan una visión de la realidad que se aleja completamente de la proporcionada por lo tradicional, que crean permanentemente el escaparate de un conflicto violento, incidiendo en sus efectos, pero no aludiendo a sus posibles causas o motivaciones, aspecto en el que inciden sobremanera los medios digitales locales. No deben olvidarse tampoco reseñas posteriores, que aprovechan la criminalización de los acontecimientos para intentar construir un perverso discurso sobre la realidad social de un barrio, Gamonal, que es como otros muchos de nuestra geografía. Así, un artículo titulado «De la calle al ring en Gamonal», aparecido en el diario *El Mundo*, fábula sobre el mismo, configurándolo como un territorio hostil y peligroso, diríamos, bastante alejado de lo real.

CONCLUSIONES

Existe una contradicción aparente entre el derecho al pluralismo y al mantenimiento de una línea editorial propia de una empresa, pero cabe cuestionarse si preservar ambos debe hacerse poniendo el foco, solamente, en la

gestión del poliedro mediático global. Los nuevos medios operan frente a los tradicionales como medidas de contrapeso y réplica de la información, y particularmente en el nivel local de la información de proximidad. El pluralismo debería instaurarse dentro de cada medio a la hora de reflejar cualquier noticia, pero particularmente en el caso del retrato de conflictos que lejos de ser puntuales, se extienden en el tiempo. La forma de narrar un conflicto no concluido puede acabar incidiendo en el propio desarrollo del conflicto, convirtiendo a quien debe ser testigo objetivo del mismo, indirectamente en parte activa. El pluralismo real acaba surgiendo por la combinación del respeto a la norma, a la propia responsabilidad social de las empresas, y al conglomerado compuesto por los medios locales y estatales, desde sus perfiles como medios escritos, televisivo y digital.

Intencionadamente no se han querido emitir juicios de valor al afrontar el análisis de la representación del conflicto de Gamonal, independientemente de la opinión particular que como analistas pueda tenerse del mismo, pero es lo ausente en la mostración del conflicto lo que puede delimitar la intencionalidad de quien narra. En este caso, la no incidencia en las posibles causas de los sucesos por parte de los grandes medios, son cubiertas sin embargo por los prosumidores a través de los medios digitales y desde su perfil de opinión. En contraposición, el resto de los medios insisten en los aspectos referidos a la violencia, espectacularizando el conflicto y depositando en una franja concreta de la población, la juvenil, el peso de lo sucedido, ambientándolo además en la nocturnidad. Como ocurre con los medios, resulta difícil mantener la objetividad al analizar los hechos cuando la mirada del propio analista está cercana a lo analizado, más si cabe cuando se vive y sobrevive en el barrio burgalés de Gamonal.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTELLS, M. (2010): *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza.
- ERRO, M. Y MEDINA, J. (2016): *Gamonal la historia desde abajo*, Burgos, Ediciones Perdigón.
- FAPE (FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA) (2017): *Código Deontológico de la profesión periodística*. Disponible en: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/> Fecha de consulta: 25-08-2018.
- GUBERN, R. (1980): *La censura. Función política y ordenamiento jurídico bajo el franquismo (1936-1975)*, Barcelona, Península.
- JEFATURA DEL ESTADO (2010): LEY 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual, de 31 de marzo, en *BOE*, 79, de 01/04/2010, 1-47.
- REDORTA, J. (2018): *La estructura del conflicto*, Córdoba, Almuzara.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. (2010): *Historia del Cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*, Madrid, Alianza.
- TOFFLER, A. (1980): *La tercera ola*, Barcelona, Plaza & Janes.
- TUBELLA, I.; TABERNERO, C. Y DWYER, V. (2008): *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*, Barcelona, Ariel.

