



Biblioteca del Congreso

Alerta Bibliográfica:

Medios de comunicación: política y democracia



Fecha de publicación: 5 de julio de 2024

[Libros y Monografías](#)

[Capítulos o partes de libros](#)

[Artículos de revistas](#)

[Artículos de Diarios](#)

[Recursos Electrónicos](#)

Libros y Monografías

1



[kresalja, B., & Lovatón, D. \(Coords.\). \(2016\). *¿Puede acapararse la Libertad?: libertad de expresión y concentración de medios en el Perú* \(1ª. ed.\). Oficina Académica de Publicaciones, Comunicación e Imagen de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú. 302.23/P1](#)

2



[Pont Vidal, J. \(2022\). *Estado y democracia inteligentes: hacia unas comunicaciones de calidad*. Tirante lo Blanch. 323.042/P77](#)

[Libros y Monografías](#)

[Capítulos o partes de libros](#)

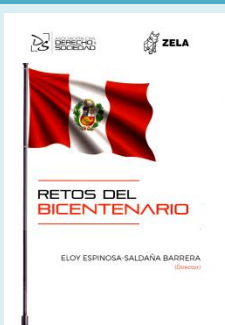
[Artículos de revistas](#)

[Artículos de Diarios](#)

[Recursos Electrónicos](#)

Capítulos o partes de libros y Monografías

3



[Espinosa-Saldaña Barrera, E. \(2021\). Medios de comunicación. Entrevista a Fernando Carvalho. En E. Espinosa-Saldaña Barrera, \(Dr.\), *Retos del bicentenario* \(1ª. ed., pp. 649-673\). Zela Grupo Editorial, Asociación Civil Derecho & Sociedad. 320.985/R4](#)

4		<u>Los medios de comunicación de masas y la opinión pública. (2017). En E. Uriarte, Introducción a la ciencia política: la política en las sociedades democráticas (3ª. ed., Cap., XVI, pp. [275]-310). Editorial Tecnos. 320.073/U72-2017</u>
5		<u>¿Tecnología para la libertad y la democracia? (2017). En M. del P., Tello, La industria de la conciencia: el poder de la sociedad y los medios (3ª. ed., 3ª. pte., pp. [131]-202. Fondo Editorial del Congreso del Perú. 302.23/T35</u>

[Libros y Monografías](#)

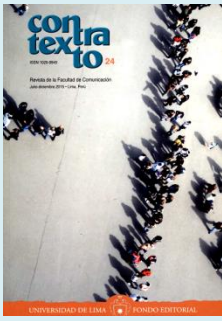
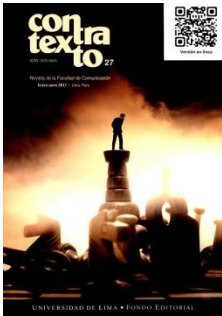
[Capítulos o partes de libros](#)

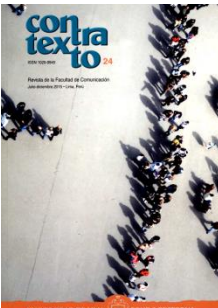
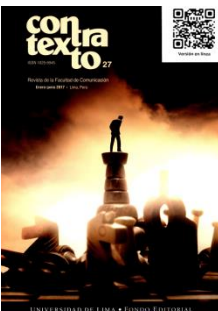
[Artículos de revistas](#)

[Artículos de Diarios](#)

[Recursos Electrónicos](#)

Artículos de Revistas

6		<u>Amado, A., & Tarullo, R. (2015). Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional? Contratexto, (24), [97]-111.</u>
7		<u>Barredo Ibáñez, D., & De la Garza, D. (2017). Nuevas formas de interacción en medios sociales: la participación política de los jóvenes de México y Ecuador. Contratexto, (27), 61-80.</u>
8		<u>Bermúdez Tapia, L. (2013). La referencia político constitucional del control de medios y su incidencia en la democracia. RAE, (64), 3-4.</u>

9		Cañizález, A., Tamayo, A., & Vilorio, J. (2015). La menguante programación de opinión política en la televisión de Venezuela. <i>Contratexto</i>, (24), 133-167.
10		De la Torre, C. (2008). Medios, representación y calidad de la democracia en América Latina. <i>Debates en Sociología</i>, (33), [31]-50.
11		López Espinosa, E. J. (2017). Internet, sociedad y poder. Democracia digital: comunicación política en la era de la hipermediación (2016). <i>Contratexto</i>, (27), [156]-159.
12		Pérez Ruiz, M., & Melgosa, F. (2015). Los debates electorales realizados en España en 2008: cuando la política se convierte en espectáculo televisado. <i>Contratexto</i>, (24), 113-132.
13		Villanueva Mansilla, E. (2015). Acción conectiva, acción colectiva y medios digitales: posibilidades para la comunicación política en los tiempos de internet. <i>Contratexto</i>, (24), 57-76.

Recursos Electrónicos

14



Acevedo, J. (2012). Medios y política: hacia una comunicación plural. *Conexión, Departamento de Comunicaciones de la PUCP*, (1), 33-65.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/conexion/article/view/11556/12080>

15



Candela Talavera, J. E. (2015). Los medios de comunicación, la democracia representativa y el espacio público. *Universitas, Revista de Filosofía, Derecho y Política*, (21), 96-111.

<https://e-revistas.uc3m.es/index.php/UNIV/article/view/2414/1315>

16



Cornejo Urbina, F. M. (2022). El poder de la comunicación: medios, política y ciudadanos. *Comunicación, Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, (1), 74-85.

<https://comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/674/336>

17



De la Torre, C. (2008). Medios, representación y calidad de la democracia en América Latina. *Debates en Sociología*, (33), [31]-50.

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/debatesensociologia/article/view/2540/2484>

18



González Pazos, J. (2020). *Medios de comunicación: ¿al servicio de quién?* (1ª. ed.). Icaria Editorial.

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf>

19

El papel de los medios de comunicación en el fortalecimiento de la democracia. Hacia un sello de calidad a medios de comunicación confiables, plurales y libres de prejuicios

The role of the media in strengthening democracy. Towards a seal of quality for reliable, plural and prejudice-free communication media

Resumen

El fortalecimiento de la democracia requiere de un medio de comunicación confiable, plural y libre de prejuicios. Este artículo propone un sello de calidad para los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos. El sello de calidad se basa en tres pilares: confiabilidad, pluralidad y libertad de prejuicios. El sello de calidad se aplicará a los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos. El sello de calidad se aplicará a los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos.

López Reventós, C., Pedrós Blázquez, F., & Navarro Contreras, G. (2023). El papel de los medios de comunicación en el fortalecimiento de la democracia. Hacia un sello de calidad a medios de comunicación confiables, plurales y libres de prejuicios. *Comunicación*, (48), 11-26.

<https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/8109/7029>

20



Piñeiro-Naval, V., ...[et al.]. (2022). La investigación iberoamericana sobre comunicación política desde la teoría del encuadre (2015-2019). *Revista Prisma Social*, (39), 125-155.

<https://revistaprismasocial.es/article/view/4858/5399>

21

LA OFERTA INFORMATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL PERÚ EN PERIODOS ELECTORALES Y SU ROL EN EL FORTALECIMIENTO DE LA DEMOCRACIA: ANÁLISIS DE CASO

Resumen

El fortalecimiento de la democracia requiere de un medio de comunicación confiable, plural y libre de prejuicios. Este artículo propone un sello de calidad para los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos. El sello de calidad se basa en tres pilares: confiabilidad, pluralidad y libertad de prejuicios. El sello de calidad se aplicará a los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos. El sello de calidad se aplicará a los medios de comunicación que cumplan con estos requisitos.

Vílchez Samanez, P. G., & Palomino Villanueva, L. F. (2023). La oferta informativa de los medios de comunicación del Perú en periodos electorales y su rol en el fortalecimiento de la democracia: análisis de caso. *Contratexto*, (39), [287]-306.

<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/5714/6179>