

BIBLIOGRAFÍA

- Abercrombl, N. y Longhurst B. (1998). *Audiences*. Londres: Sage
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas*, Methuen, Londres
- ----- (1991). *The Australian Journal of Media & Culture* vol. 4 no 2
- ----- (1996), *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. Londres : Routledge.
- Berelson B. (1952) *Content Analysis in Communications Research*. Hafner Press, Nueva York
- Bohmann,K.(1989). *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. México: CNCA. Alianza Editorial Mexicana.
- Carpenter, Sandra. (1998). *Content analysis project for research novices*. Teaching of Psychology, (256).
- Crigler, A.N. y Jensen,K.B. (1991) “*Discourses of politics: talking about public issues in the United States and Denmark* .Communication and Citizenship, London Routledge
- Fernández Claudia y Paxman Andrew (2000). *El Tigre:Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México, Grijalbo.
- Fiske, J. (1987). *Television culture*. Methuen, Londres
- Hall, S. (1997) *Representation. Cultural Representations and Signifying practices*. Sage, Publications. London

- Huesca, S.(1999). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*. México, RMC Comunicación.
- Jensen, K.B. (1998). Ed. *News of the world: World cultures look at television*. Miwa
- ----- (1988). *News as a social resource*. European Journal of Communication III.
- ----- (1987). *Qualitative Audience Research: Toward an Integrative Approach to reception*. Critical studies in Mass Communication IV.
- Lindlof T, (1995) *Qualitative communication research Methods*, Thousand Oaks Ca: Sage.
- ----- (1987). Ed. *Natural Audiences*. Ablex, Norwood, N.J.
- Lull, J. (1980). *The Nationwide Audience*. BFI , Londres.
- Lozano, J. (1996).*Teoría e Investigación de la Cultura de Masas*. Mexico: Alhamba Mexicana.
- Mejía, F. (1999). *Apuntes para una historia de la televisión mexicana II*. México, RMC Comunicación.
- ----- (1991). *Televisa: el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas.
- Merton, y Kendall (1946) *The American Journal Of Sociology*, (51)

- Moores, S. (1993). *Interpreting Audiences : The Ethnography of Media Consumption*. Londres. Sage.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: structure and decoding*. Londres: British Film Institute.
- Nightingale, V. (1996). *El estudio de las audiencias: el impacto de lo real*. Paidós Comunicación.
- Orozco,G. (1996). *Televisión y audiencias*. México. UIA
- ----- (1994) *The dialectic of mediation: audiences TV viewing strategies*. Revista Mexicana de Comunicación II.
- Sanchez de Armas, M. (1998.) *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*. México, RMC Comunicación.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the News*. New York: Basic Books.
- Trejo Delarbre R. (1992). *La sociedad ausente*. México, Cal y Arena
- Villamil, J. (2001). *El poder del rating*. México, Plaza Janes

Internet

(<http://www.noticieros.televisa.com/>).

(<http://www.tvazteca.com/hechos/fia/>

Video

Video Clío. Los noticieros y su historia 2000. Televisa.