

Bibliografía

Berman, Ronald. How television sees its audience : a look at the looking glass. Sage Publications, Newbury Park, E. U. A. 1987.

Fiske, John. Television culture. Routledge, New York, E. U. A. 1987.

Condry, John. The psychology of television. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey, E. U. A. 1989.

Laybourne, Kit. The animation book: a complete guide to animated filmmaking from flip-books to sound cartoons. Crown Publisher, New York, E. U. A. 1998.

Diez, Mariana. Modelo para el aprovechamiento de la oferta televisiva para el desarrollo intelectual de los niños de 6 a 10 años con la participación de la familia e instituciones educativas. UDLA, Puebla, México, 2002

Erausquin, M. Alonso; Matilla, Luis y Vázquez, Miguel . Los teleniños. Fontamara, México. 1988

McLuhan, Marshall. Understanding media ; the extensions of man. McGraw-Hill, New York, E. U. A. 1964

Wicks, Robert H. Understanding audiences : learning to use the media constructively. Lawrence Erlbaum Associates. New Jersey, London. 2001.

Schramm, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. Editorial Grijalbo. México. 1982.

Huston, Aletha C. Big world, small screen : the role of television in American society. University of Nebraska Press. E. U. A. 1992.

Albert, Pierre; Tudesq, Andre Jean. La historia de la radio y la televisión. Fondo de Cultura Económica, México. 1995

Mejía, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano. Fundación Buendía, México, 1989.

Pérez Tornero, José Manuel. Comunicación y educación en la sociedad de la información. Paidós, España. 2000