

PUBLICACIONES ACADÉMICAS

L = libro C = capítulo (en libro o dvd) A = artículo (en revista científica) R = reseña (en revista científica) P = ponencia (en congreso o foro científico)

SAID-HUNG, E., ARCE-GARCÍA, S., MONTERO-DÍAZ, J. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2026). "Why does hatred persist in X? Insights from spanish media". Media International Australia. ORCID: <https://doi.org/10.1177/1329878X251414982>. ARTÍCULO

SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2024). "Populismo, polarización y menoscabo democrático: comunicación que retroalimenta esas derivas". En J. Benavides Delgado, E. Fernández Blanco & M. Pretel Jiménez (Coords.), Pensar sobre la comunicación (pp. 233-240). Tirant Humanidades. ISBN. 978-84-1183-585-5.

CAPÍTULO

SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2023). "Potencial ético y estético del saber mirar: organizaciones que aciertan a ver(te)". En J. Benavides Delgado & J. Camacho Ibáñez (Coords.), Ética. Las voces de la Universidad y la empresa (pp. 139-143). Kolima. ISBN. 978-84-19495-38-9.

CAPÍTULO

IGLESIAS CRUZ, Z.; QUINTANA PAZ, N. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2023). "Señalamiento a medios y posverdad, como indicadores del discurso autoritario: derivas éticas y democráticas". En M. García López (Coord.), Comunicación, política y construcción de ciudadanía para un mundo cosmopolita y global (pp. 349-361). Fragua. ISBN. 978-84-7074-990-2.

CAPÍTULO

IGLESIAS CRUZ, Z.; QUINTANA PAZ, N. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2023). "El directo en los informativos. Modelo de análisis de su calidad periodística". En VV.AA., Tendencias de la comunicación más proactiva (pp. 213-225). Tecnos. ISBN. 978-84-309-8756-6.

CAPÍTULO

QUINTANA PAZ, N., IGLESIAS CRUZ, Z. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2023). "Televisión tradicional ante desafíos audiovisuales de nuestro tiempo: claves de futuro". En J. Sierra Sánchez & J. Medina Contreras (coords.), Encrucijada del audiovisual en la era de lo virtual (pp. 759-773). McGrawHill. ISBN. 978-84-486-4134-4.

CAPÍTULO

QUINTANA PAZ, N., IGLESIAS CRUZ, Z. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2023). "Desafíos y posibilidades de futuro para la televisión tradicional". X Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales (Facultad de Comunicación, UPSA), 25-26 de mayo de 2023.

PONENCIA

IGLESIAS CRUZ, Z.; QUINTANA PAZ, N. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2022). "Una propuesta para el análisis de la calidad periodística del directo en los noticiarios de la televisión generalista española". En VV.AA., Libro de Actas del XIV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, 23-25 de noviembre de 2022. ISBN: 978-84-09-43477-0.

PONENCIA

SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2022). "La verdad como víctima (Novena falacia: Cerrar los medios rusos es coartar la libertad de expresión)". En J.A. Muñiz-Velázquez, P. Rivas Nieto & F. Delage (eds.), La guerra desinformativa de Putin. Desmintiendo las falacias sobre la invasión de Ucrania (pp. 257-277), Valencia: Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-19376-94-7.

CAPÍTULO

SÁNCHEZ ALONSO, Ó., QUINTANA PAZ, N. & IGLESIAS CRUZ, Z. (2022). "Señalamiento a medios y posverdad, como indicadores del discurso autoritario: derivas éticas y democráticas". I Congreso Internacional Foro de Comunicación. `Comunicación, política y construcción de ciudadanía para un mundo cosmopolita y global´. Universidad de Málaga y Foro para el conocimiento y la investigación de la comunicación. Málaga, 11 de febrero de 2022.

PONENCIA

SÁNCHEZ ALONSO, Ó. & BOSCÁN CARRASQUERO, G. (2021). "Posverdad, política y (po)ética. Desafíos democráticos y deontológicos en el primer tercio del siglo XXI. En E. Fernández Blanco, N. Quintana Paz, J. Medina Contreras & D. Alameda García (coords.), Comunicar para seguir contando (pp. 95-102), Valencia: Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-1880-288-1.

CAPÍTULO

BOSCÁN CARRASQUERO, G. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2021). "Nuevas estrategias para enseñar Ciencia Política: de los contenidos a las competencias cívicas". En E. Fernández Blanco, N. Quintana Paz, J. Medina Contreras & D. Alameda García (coords.), Comunicar para seguir contando (pp. 130-136), Valencia: Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-1880-288-1.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Ó., RIVAS NIETO, P. & REY GARCÍA, P. (2019). "Los comentarios falsos como segundo estadio de la posverdad: destrozados éticos y democráticos". XI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social `Las nuevas narrativas, en el entorno social´. Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna. Tenerife, 2-5 de diciembre de 2019. PONENCIA QUINTANA PAZ, N. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2019). "Los medios privados ante TVE (1979-1982): condicionantes deontológicos y empresariales". Congreso Internacional Perfiles del Centro Político 1976-1986. Universidad de Navarra y Universidad de Valladolid. Madrid, 19 de noviembre de 2019. PONENCIA SÁNCHEZ ALONSO, Óscar, REY GARCÍA, Pablo & RIVAS NIETO, Pedro (2017). "Educación cívica y ética ante el conflicto de la segregación: discursos políticos que menoscaban las democracias". Congreso Internacional Comunicación, Conflictos y Cambio Social. Universitat Jaume I de Castellón, 18-19 de diciembre de 2017. PONENCIA REY GARCÍA, Pablo, RIVAS NIETO, Pedro & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2017). "Propaganda, radicalismo y terrorismo: la imagen del Daesh". Estudios sobre el Mensaje Periodístico (págs. 209-221), 23-1. ISSN: 1134-1629. ISSN-e: 1988-2696. ARTÍCULO

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar & QUINTANA PAZ, Nuria (2015). "Desafíos éticos de la publicidad política: imagen y palabra al servicio de la causa partidista". En VV.AA., El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos (pp. 635-650). Valencia: Campgrafic. ISBN: 978-84-96657-40-3. CAPÍTULO

MEDINA CONTRERAS, Juan & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2014). "Obama-McCain, plano a plano: análisis científico de la campaña audiovisual de 2008". III Encuentro de Comunicación Política. La Comunicación Política en un mundo en transformación [ACOP]. Bilbao, 17-19 de julio de 2014. PONENCIA

MARTÍNEZ VALLVEY, Fernando & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (Coords.) (2014). Propaganda política. Madrid: Centro de Estudios Financieros.

LIBRO

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2014). "Clarificación ética y terminológica de la propaganda: parentescos, prejuicios y posibilidades". En Martínez Vallvey, F. & Sánchez Alonso, Ó. (Coords.), Propaganda política (unidad 1). Centro de Estudios Financieros: Madrid. CAPÍTULO

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2013). "Cuando el periodismo se transforma en propaganda: consecuencias éticas y democráticas". En Martínez Vallvey, F. (coord.), Comunicación política (unidad 6). Centro de Estudios Financieros: Madrid. ISBN: 978-84-454-2236-6. D.L.: M-33.963-2012. CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2012). "Ni del chachachá ni del marketing político: habrá otros culpables". En Santiago Barnés, J. & Carpio García, J. Á. (coords.),

Lecciones de consultoría política . Puebla (México): Piso15 Editores.CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2011). "Mujer, política y liderazgo: Rosa Díez y la regeneración democrática" . En Polo González, ME & Santiago Barnés, J. (eds.), Liderazgo, mujer y política (pp. 121-145). Amarú Ediciones: Salamanca. ISBN: 978-84-8196-334-2. D.L.: S-1.612-2011.CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2011). "El público ante el discurso político de los medios" . En Cantavella, J. & Serrano Oceja, JF (eds.), Enciclopedia de la comunicación (pp. 165-192). Madrid: CEU Ediciones. ISBN: 978-84-92989-91-1. D.L.: SE-7717-2011.CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2011). "Publicidad, ética y mujeres: las derivas por exceso y por defecto" . En Larrondo, A. & Meso, K. (eds.), Terceras Jornadas sobre Mujeres y Medios de Comunicación (pp. 173-186). Bizkaia: Universidad del País Vasco. ISBN: 978-84-9860-530-3. DL: BI-944-2011.CAPÍTULO DELGADO ÁLVAREZ, Carmen; SÁNCHEZ PRADA, Andrés & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2010). "Género y motivación para el consumo político" . REME. (Revista Electrónica de Motivación y Emoción). Monográfico sobre Motivación del consumidor, vol. XIII, nº 35-36, pp. 154-169. ISSN: 1138-493X. D.L.: M-44928-1997.ARTÍCULO PLAZA, Juan F., QUINTANA PAZ, N. & SÁNCHEZ ALONSO, Ó. (2010). "Invisibilidades y disimulos sobre el protagonismo femenino: el añadido sociocultural de los medios" . Miedos, culpas, violencias invisibles y su impacto en la vida de las mujeres. Castellón: Fundación Isonomía, Universitat Jaume I (págs. 246-252). ISBN: 978-84-693-6476-5.CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2010). "La alfombra roja de la publicidad: representaciones, ausencias y dobles varas de medir" . En Sangro, P. & Plaza, JF (eds.), La representación de las mujeres en el cine y la televisión contemporáneos (pp. 235-246). Barcelona: Laertes. ISBN: 978-84-7584-678-1. D.L.: B-6945-2010.CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). "El día después de acudir a las urnas: marketing político y obligación contractual" . Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas , vol. 39, nº 110. Medellín (Colombia): Universidad Pontificia Bolivariana, pp. 33-56. ISSN: 0120-3886.ARTÍCULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar; QUINTANA PAZ, Nuria & PLAZA, Juan F. (2009). "Mujeres, prensa e invisibilidad: la cuantificación de un olvido" . Palabra clave , vol. 2, nº 2. Chía, Cundinamarca (Colombia): Universidad de La Sabana, pp. 101-114. ISSN: 0122-8285.

Texto completoARTÍCULO PLAZA, Juan F.; SÁNCHEZ ALONSO, Óscar & QUINTANA PAZ, Nuria (2009). "Presentación de un proyecto de análisis cuantitativo y cualitativo en diarios españoles: las mujeres como protagonistas de la información en la prensa escrita" . Tercer Milenio , nº 17. Antofagasta (Chile): Revista de Comunicaciones, Periodismo y Ciencias Sociales, Universidad Católica del Norte, pp. 30-39. ISSN: 0717-229-X (versión papel). ISSN: 0718-4425 (versión en línea). ARTÍCULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). Reseña de Psicología de la Comunicación y Educación en Valores (Gerardo Pastor Ramos. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca). Comunicación y Pluralismo. Revista de la Facultad de Comunicación (UPSA) , nº 8. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 221-223. ISSN: 1885-8201. D.L.: S-1.726-2005.RESEÑA SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). "Marketing político" . En R. Reyes (dir.), Diccionario crítico de ciencias sociales . vol. 3 (págs. 1926-1934). Madrid: Plaza y Valdés Editores. ISBN: 978-84-96780-11-8.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). "Periodismo publipropagandístico" . En R. Reyes (dir.), Diccionario crítico de ciencias sociales . vol. 4 (págs. 2361-2364). Madrid: Plaza y Valdés Editores. ISBN: 978-84-96780-12-5.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). "Multimedia (Prensa de)" . En R. Reyes (dir.), Diccionario crítico de ciencias sociales . vol. 3 (págs. 2146-2148). Madrid: Plaza y Valdés Editores. ISBN: 978-84-96780-11-8.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2009). "Política (Servicio postventa de la)" . En R. Reyes (dir.), Diccionario crítico de ciencias sociales . vol. 4 (págs. 2398-2403). Madrid: Plaza y Valdés Editores. ISBN: 978-84-96780-12-5.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2008). Reseña de ¿Publicidad o información?: la presencia de la publicidad en los informativos de televisión (Elena Fernández Blanco. Sevilla: Eduforma). Comunicación y Pluralismo. Revista de la Facultad de Comunicación (UPSA) , nº 6. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 260-262. ISSN: 1885-8201. D.L.: S-1.726-2005.RESEÑA SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2008). "Perversiones políticas del Wishful Thinking: periodismo propagandístico y realidades al gusto del consumidor" . En M. Martín Algarra, L. Seijas Candelas & MV Carrillo Durán (eds.), Nuevos escenarios de la comunicación y la opinión pública (pp. 55-62). Madrid: Edipo. ISBN: 978-84-88365-21-7. D.L.: M-52.703-2008.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar & QUINTANA PAZ, Nuria (2008). "Postperiodismo político y proyección publicitaria sobre la información audiovisual: debate parlamentario tras el atentado de la T-4" . En MJ Canel & MG Gurrionero (eds.), Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2008 (pp. 321-338). Madrid: Acop. ISBN: 84-95903-18-0. D.L.: M-23.753-2008.

CAPÍTULO

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2007). "Los des(H)echos del periodismo y la hiperrealidad publicitaria: menoscabos éticos y democráticos" . En VV.AA., Actas del XV Congreso Nacional de Filosofía Moral y Política (UNED y AEEFP [Asociación Española de Ética y Filosofía Política]). Madrid, 27-29 de marzo de 2007. Editado en la Biblioteca Virtual Saavedra Fajardo de Pensamiento Político Hispánico.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2007). Reseña de El terrorismo y sus etiquetas (Arcadi Espada. Madrid: Espasa). Comunicación y Pluralismo. Revista de la Facultad de Comunicación (UPSA) , nº 4. Salamanca: Publicaciones

Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 231-233. ISSN: 1885-8201. D.L.: S-1.726-2005. RESEÑA SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2007). "Tampoco no era (anuncio) que el perro mordiera a la mujer: violencia machista, tratamiento publicitario y consecuencias democráticas" . En VV. AA., Abordaje integral de la Violencia de Género. Libro de Actas (págs. 58-65). Zamora: Ayuntamiento de Zamora. DL: ZA-116-2007.

CAPÍTULO SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2007). “El día después de acudir a las urnas: mercadotecnia política y obligación contractual" . Investigación aceptada por el Comité Científico del Congreso de Investigación en Comunicación Política (10º Ciclo de Comunicación, Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid), celebrado los días 8 y 9 de marzo de 2007. PONENCIA SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2007). “Maximizar audiencias, minimizar democracias: lógica publicitaria de la información audiovisual" . Investigación aceptada por el Comité Científico del Congreso de Investigación en Comunicación Política (10º Ciclo de Comunicación, Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid), celebrado los días 8 y 9 de marzo de 2007. PONENCIASÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). “Persuasión propagandística al servicio del envejecimiento. Comunicación para el desorden" . Sphera Publica. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación , nº 6. Murcia: Servicio de Publicaciones de la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM), pp. 107-121. ISSN: 1180-9210. DL: MU-374-2000.
ARTÍCULO

Acercamiento inicial ; Texto completoSÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). “La educación del ciudadano ante el marketing político” . En A. Losada, JF Plaza & M.Á. Huerta (coords.), Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento. Actas del IV Congreso Internacional (pp. 547-562). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. ISBN: 84-7299-684-0. DL: S-1.064-2006.
CAPÍTULO

Acercamiento inicial SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). Reseña de La mirada liberal (José Ramos Domingo. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca). Comunicación y Pluralismo. Revista de la Facultad de Comunicación (UPSA) , nº 1. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 193-194. ISSN: 1885-8201. D.L.: S-1.726-2005.
RESEÑA

Acercamiento inicial SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). “Prólogo" . En J. Santiago Barnés, Gestos políticos presidenciales. Asesoría de imagen (pp. 11-13). Madrid: Fragua. ISBN: 84-7074-210-8. DL: SE-6.564-2006.
CAPÍTULO

Acercamiento inicial QUINTANA PAZ, Nuria & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). “Información publipropagandística y rédito político-empresarial. Tv y Prensa en la socialdemocracia española” . Comunicación y Pluralismo. Revista de la Facultad de Comunicación (UPSA) , nº 0. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 87-110. Depósito Legal: S-1.726-2005.

ARTÍCULO

Acercamiento inicial SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2005). El servicio postventa de la política. Lógica publicitaria, mercadotecnia política y repercusiones democráticas . Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. ISBN: 84-7299-663-8. D.L.: S-949-2005.
LIBRO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2005). “Rédito político y publicitario de interesado pleitesías a la demanda" . Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación , nº 25. Huelva: Grupo Comunicar. ISSN: 1134-3478. Depósito Legal: H-189-93 // DVD: Hacia una TV de calidad.La televisión que queremos… ISBN: 84-932380-8-2.DL: H-239-2005.
ARTÍCULO

Acercamiento inicial

QUINTANA PAZ, Nuria & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2005). “Las sinergias mediático-gubernamentales de la socialdemocracia española: medios informativos como soportes publicitario-propagandísticos en los gobiernos de González y Zapatero" . DVD: Actas del VII Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración (AECPA) : “Democracia y buen gobierno”, Madrid, 21-23 de septiembre de 2005.

ARTÍCULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2004). “La sociedad del sometimiento: los okupas de nuestro imaginario y los grandes hermanos contemporáneos" . En N. Mínguez & N. Villagra (eds.), La comunicación: nuevos discursos y perspectivas (pp. 567-574). Madrid: Edipo. ISBN: 84-88365-15-2 DL: M-43.609-2004.

CAPÍTULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2001). “El rey Midas publicitario: entre la axiología y lo bursátil” . En J. Benavides & E. Fernández (eds.), Valores y medios de comunicación. De la innovación mediática a la creación cultural (pp. 419-430). Madrid: Edipo. ISBN: 84-88365-10-1. D.L.: M-36.529-2001.

CAPÍTULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2000). “La democracia audiovisual: perfeccionamiento del sistema político representativo a través de los medios audiovisuales” . En MT Aubach (coord.), Comunicación audiovisual y desarrollo de las regiones. Actas del II Congreso Internacional (pp. 389-399). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. ISBN: 84-7299-466-X. D.L.: S-91-2000.

CAPÍTULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2000). “Los libros de caballería informativo-publicitarios” . En G. Pastor, MR Pinto & AL Echeverri (coords.), Cultura y medios de comunicación. Actas del III Congreso Internacional (pp. 569-585). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. ISBN: 84-7299-480-5. D.L.: S-703-2000.

CAPÍTULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (1997). “La formación del periodista ante los precipicios de la sociedad de la información” . En G. Pastor, R. Pinto, J. Nó, A. Losada & A. Diez (eds.), Retos de la sociedad de la información. Estudios de comunicación en honor de la Dra. María Teresa Aubach Guiu (págs. 351-357). Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca. ISBN: 84-7299-391-4. D.L.: S-336-1997.

CAPÍTULO

Acercamiento inicial