

## 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)

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). "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 noticieros 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 JA Muñoz-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.

### 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.

## 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.

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 Ocejja, 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 completo ARTÍCULO 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 completo SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2006). &ldquo;La educación del ciudadano ante el marketing político&rdquo; . 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). &ldquo;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). &ldquo;Información publipropagandística y rédito político-empresarial. Tv y Prensa en la socialdemocracia española&rdquo; . 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). &ldquo;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&hellip; ISBN: 84-932380-8-2.DL: H-239-2005.

## ARTÍCULO

Acercamiento inicial

QUINTANA PAZ, Nuria & SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2005). &ldquo;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) : &ldquo;Democracia y buen gobierno&rdquo;, Madrid, 21-23 de septiembre de 2005.

## CAPÍTULO

Acercamiento inicial

SÁNCHEZ ALONSO, Óscar (2004). &ldquo;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). &ldquo;El rey Midas publicitario: entre la axiología y lo bursátil&rdquo; . 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). &ldquo;La democracia audiovisual: perfeccionamiento del sistema político representativo a través de los medios audiovisuales&rdquo; . 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). &ldquo;Los libros de caballería informativo-publicitarios&rdquo; . 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). &ldquo;La formación del periodista ante los precipicios de la sociedad de la información&rdquo; . 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