

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Estudios sobre la Televisión
Código	E000006222
Título	Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas [CESAG - GCA]
Impartido en	Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Ignacio Bergillos García
Horario	Martes (12:00 - 15:00)
Horario de tutorías	Jueves a las 10:00. Se ruega confirmar previamente por email.
Descriptor	Panorama de los principales estudios y análisis sobre televisión en relación a cuestiones como el género o la identidad cultural, así como de los principales formatos y géneros televisivos. Estudio de las principales tendencias, tanto estéticas como industriales, de la televisión contemporánea, con especial atención a la relación entre los cambios tecnológicos, los formatos y los mercados. Las asignaturas que componen este módulo tienen como objetivo general proporcionar las referencias artísticas y culturales presentes en los productos de las industrias culturales. Igualmente, se introducen asignaturas que aportan herramientas teóricas y analíticas que faciliten la comprensión crítica de esos productos a nivel formal y narrativo, así como su papel en la configuración de significados socioculturales.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Ignacio Bergillos García
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	Antiguo control de realización - junto al plató
Correo electrónico	ibergillos@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Entre los perfiles profesionales que figuran en el Libro Blanco de las Titulaciones en Comunicación:
- Productor y gestor audiovisual - Investigador y analista de los fenómenos comunicativos y de las políticas y la economía del sector audiovisual - Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías del audiovisual

Prerrequisitos

No se exigen conocimientos previos necesarios ni tampoco el haber cursado una asignatura anterior. Sin embargo, se entiende que en el cuarto curso de un grado universitario el alumno es capaz de utilizar la lengua castellana con fluidez y que domina su gramática y ortografía. También se presupone la capacidad del estudiante de entender textos escritos en inglés, así como un interés por la actualidad de la industria televisiva y un conocimiento básico de los principales agentes implicados en su desarrollo.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG04	Conocer el estado del mundo y de la comunicación, así como de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos y religiosos)
CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo
CG11	Valorar la obra audiovisual desde el punto de vista estético
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional

TRANSVERSALES

CT02	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político

ESPECÍFICAS

CE02	Aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen mediante las nuevas tecnologías de la información
CE04	Analizar relatos audiovisuales, atendiendo a los parámetros básicos del análisis de obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

Resultados de Aprendizaje

RA01	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos).
RA02	Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales.
RA03	Valorar los distintos productos audiovisuales desde un punto de vista estético.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

BLOQUE 1: Introducción

Tema 1. Television studies

Objeto de estudio

Historia de la disciplina

Futuro de los television studies

Conceptos clave: flow, algorithmic television

BLOQUE 2: La industria de la televisión

Tema 2. Estructuras y prácticas industriales

Historia

Tecnología

Políticas públicas

Agentes implicados

Modelos de negocio

Servicio Público

Conceptos clave: programación, modelos de televisión

BLOQUE 3: Textos televisivos

Tema 3. Aproximación al texto televisivo

Estética y estilo

Narrativa televisiva

Televisión transnacional

Interfaz como texto

Tema 4. Géneros televisivos

Modelos de análisis

Clasificación

Características

Macrogéneros, géneros, microgéneros

Información

Ficción

Infantil

Hibridaciones

Otros géneros

Tema 5. Televisión y representación

Identidades culturales

Representación

Diversidad

BLOQUE 4: Prácticas televisivas

Tema 6. Ver televisión

Televisión y sociedad

Prácticas de recepción

Audiencias televisivas

Atención y multipantalla: *glance vs gaze*

Directos y eventos: *liveness*

Tema 7: Participar en/ a través de televisión

Tecnología y prácticas televisivas

Interactividad

Participación

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Coordinación:

La asignatura se desarrollará coordinadamente con otras materias del módulo. En las clases presenciales se expondrá el contenido teórico de los temas, siguiendo textos de referencia que servirán para fijar los conocimientos ligados a las competencias previstas y dar paso a clases prácticas de resolución de problemas.

Exposición de temario y trabajos:

A partir de las clases teóricas y prácticas se propondrá la realización de trabajos. Estos trabajos podrán ser personales o en equipo, sobre teoría o resolución de problemas y para su realización los alumnos tendrán el apoyo del profesor en seminarios o tutorías. Además, los estudiantes deberán desarrollar un trabajo de estudio y asimilación de la teoría para alcanzar las competencias previstas. Deberán igualmente exponer alguno de sus trabajos ante el profesor y el resto de compañeros.

Campus Virtual:

El Campus Virtual es el único y principal entorno para la comunicación, la consulta, el acceso a material y el intercambio de contenido de la asignatura. Las notificaciones del profesor, las entregas de los trabajos, las modificaciones sobre calendario y los contenidos a estudiar estarán disponibles o listados en el Campus Virtual. El profesor también estará disponible en horario de tutoría para resolver cualquier duda que el alumnado tenga en relación a la asignatura y/o sus instrumentos de evaluación. Para concertar una tutoría, los alumnos deberán enviar un email con, al menos, un día de antelación.

Contacto por email:

El email del profesor no es un buzón abierto a consultas, dudas, peticiones o sugerencias. Se ruega establecer contacto a través de email sólo en los siguientes casos:

1. Petición de tutoría.
2. Consulta relacionada con la asignatura, siempre y cuando la respuesta no esté disponible en el Campus Virtual.

Se agradecería, además del respeto a los códigos de buena conducta y al sentido común, que en el email se especifique de manera concisa y concreta el asunto a tratar, la identidad del alumno y el objetivo del mensaje.

Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas:

Exposición del temario. Desarrollo de los principales conceptos teóricos. Análisis de casos. Resolución de dudas.

Clases prácticas:

Ejercicios vinculados con el contenido teórico. Debates.

Seminarios, talleres y exposición de trabajos:

Actividades centradas en el alumno.

CG04, CG05, CG08,
CG11, CG12, CG13, CT04,
CT09, CE04

CG05, CG11, CG12, CT02,
CT04, CE02, CE04, CE09

Metodología No presencial: Actividades

- Estudio de la teoría
- Preparación de trabajos
- Preparación de actividad de evaluación

CG04, CG05, CG08,
CG11, CG12, CT02, CT09,
CE02, CE04, CE09

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
60.00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
---------------------------	-------------------------	------

Examen final Prueba tipo test y/o de respuesta corta sobre las teorías, tendencias y conceptos estudiados durante el curso.	• Recuperable • Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. • Profundidad de las respuestas. • Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. • Corrección lingüística. • En caso de suspender, se puede recuperar en convocatoria extraordinaria.	30 %
Ejercicios en clase durante el cuatrimestre Debates, test, análisis y otros ejercicios que se deberán realizar individualmente o en grupos reducidos durante el curso. La nota de este instrumento resulta de la media de todas las notas de los ejercicios realizados.	• Corrección en las respuestas • Aplicación de conceptos teóricos • Profundidad en las respuestas • Capacidad de síntesis y de puesta en común con los contenidos de la asignatura • Corrección lingüística • Los ejercicios en clase no son recuperables.	30
Escala de actitudes Atención e interés del alumno en las clases, así como participación en actividades, visitas, encuentros con profesionales y proyecciones adscritas a la asignatura. También se tendrán en cuenta las aportaciones del alumnado a los debates y foros del Campus Virtual.	• No recuperable. • La asistencia a clase no se valora dentro de este sistema, pues es obligatoria y se da por hecha.	10
Práctica Elaboración de un proyecto/biblia de programa para IB3 Trabajo en grupo que tiene como objetivo presentar un documento viable como propuesta de programa para el medio público autonómico Además del dossier final, cada estudiante deberá entregar una memoria que contextualice el trabajo realizado.	• Recuperable • IA permitida en cualquier fase de elaboración del trabajo, siempre y cuando se cite adecuadamente de qué manera se ha aplicado su uso a la realización del proyecto. Se valorará: • Viabilidad general del proyecto • Adecuación del proyecto a las características del medio público • Adecuación a la plantilla oficial • Coherencia con las tendencias de programación del canal y con la producción televisiva contemporánea • Coherencia con las lógicas económicas • Originalidad e innovación • Calidad en la elaboración del dossier/biblia • Calidad en la exposición/defensa del <i>pitch</i>	30 %

Calificaciones

Expresión oral y escrita

Por acuerdo del departamento de comunicación, una parte de la nota final de cada acción de evaluación se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita. Las faltas ortográficas y/o gramaticales se penalizarán restando un punto por falta hasta un máximo de tres puntos. En los exámenes se podrá valorar el número de faltas en relación al número total de palabras escritas: se considerará suspenso el examen que supere las siete faltas por cada cien palabras escritas.

Fechas de entrega

Se aceptarán entregas tardías de ejercicios y trabajos, pero por cada día de retraso se descontará medio punto de la nota final.

Normativa y asistencia a clase:

Se aconseja a todos los alumnos y alumnas que revisen la normativa académica con especial atención al capítulo IV, dedicado a la evaluación.

Se recuerda que la asistencia a clase es obligatoria. Según indica el artículo 15 de la normativa académica: 1. Se denomina escolaridad al proceso de evaluación continua del cual forma parte esencial la asistencia a clase. (RG, art. 93) 2. La asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales, cuya comprobación corresponde a cada profesor, es obligatoria para todos los alumnos. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas en cada asignatura, puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico. En el supuesto de que se aplicara esta consecuencia, la pérdida de convocatoria se extenderá automáticamente a la convocatoria extraordinaria. A todos los efectos, se considerará pendiente de cumplimiento de la escolaridad obligatoria de la asignatura. Para que pueda hacerse efectiva la pérdida de convocatoria es necesario que, al comienzo del curso, se dé a conocer por escrito, en la guía docente, a los alumnos la norma establecida en el apartado anterior junto con el resto de las normas y régimen de desarrollo de la asignatura.

Uso de herramientas de inteligencia artificial

Se recomienda seguir la política de uso de IA en Comillas (<https://www.comillas.edu/politica-ia/>). El uso de la IA como herramienta de referencia está permitido siempre que sea reconocido y citado en cualquier trabajo presentado.

En cada actividad de evaluación se indicará si la IA está permitida. En caso de no explicitarse, se entiende que el uso de IA no está permitido.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
¿Qué es televisión?	Primera semana	En clase
TikTok como televisión	Segunda semana	En clase
Momentos televisivos y media events	Quinta semana	En clase
Análisis de un programa o formato televisivo	Desde la tercera semana	Un grupo por sesión desde la quinta semana

Presentación inicial del proyecto final	Desde la segunda semana	En la sexta semana
Presentación final del proyecto	Desde la séptima semana	En la última semana de clase y/o en la semana dedicada a la entrega de trabajos al final del cuatrimestre

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- Bignell, J. (2004). An introduction to television studies. London: Routledge.
- Casey, B.; Casey, N.; Calvert, B.; French, L.; Lewis, J. (eds.) (2008). Television studies. The key concepts. New York: Routledge.
- Cunningham, S. y Craig, D. (2019). Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley. New York: NYU Press.
- Fiske, J. (1987). Television culture: popular pleasures and politics. London: Routledge.
- Fiske, J. y Hartley, J. (1978). Reading television. London: Routledge.
- Hartley, J. (1999). Uses of Television. London: Routledge.
- Kackman, M.; Binfield, M.; Payne, M.T.; Perlman, A.; Sebok, B. (eds.) (2011). Flow TV. Television in the Age of Media Convergence. New York: Routledge.
- Lotz, A. (2014). The Television will be revolutionized. Second edition. New York: NYU Press.
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. New York: NYU Press.
- Lotz, A. (2017). *Portals: A treatise on internet-distributed television*
- Mann, D. (2014). Wired TV. Laboring Over an Interactive Future. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Miller, T. (2010). Television Studies. The Basics. New York: Routledge.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York: NYU Press
- Thomson, E. y Mittell, J. (2013). *How to watch television*. New York: New York University Press.
- Turner, G. y Tay, J. (eds) (2009). Television Studies After TV. Oxon: Routledge.
- Williams, R. (1974). Television: Technology and Cultural Form. London: Fontana.

Bibliografía Complementaria

- Baget, J. M. (1993). Historia de la televisión en España (1956-1975). Barcelona: Feed-Back Ediciones.
- Bourdieu, P. (1996). Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama.
- Caldwell, J. T. (1995). *Televisuality*
- Cebrián Herreros, M. (2004). Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet. Barcelona: Paidós.
- Contreras, J. M. y Palacio, M. (2003). La programación de televisión. Madrid: Síntesis.
- Cortés, J.A. (1999). La estrategia de la seducción: la programación en la neotelevisión. Pamplona: EUNSA.
- Dayan, D. y Katz, E. (1992). Media events: The live broadcasting of history. Cambridge: Harvard University Press.
- Deuze, M. (2008). Media Work. Cambridge: Polity Press.
- Entrena-Serrano, C., Meyer, T., Gómez, E. y Pierson, J. (2026). "In a way, I want TikTok to tell me what I want...". *New Media & Society*
- Ellis, J. (1982). *Visible fictions*
- Firth, E. y Marinelli, A. (2025). Datacasting. *Media and Communication*.
- Franquet, R. ; Soto, M. ; Ribes, X. ; Fernández Quijada, D. (2006). Assalt a la Xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació online en català, Barcelona : Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Guerrero-Pérez, E. (2018). La fuga de los millennials de la televisión lineal. Revista Latina de Comunicación Social.
- Iordache, C. et al. (2024). People, personalisation, prominence. International Journal of Cultural Studies.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*
- Johnson, C. (2024). Provocation: An agenda for the future of TV studies. Critical Studies in Television.

Picone, I. et al. (2019). Small acts of engagement. *New Media & Society*

Schellewald, A. et al. (2026). This program was brought to you by the algorithm. *Convergence*.

Siles, I. et al. (2025). From feed to flow: Watching television on TikTok. *Television & New Media*.

van Es, K. (2017). Liveness redux. *Media, Culture & Society*.

Flujo, algoritmos y plataformas

- Entrena-Serrano, C., Meyer, T., Gómez, E. y Pierson, J. (2026). "In a way, I want TikTok to tell me what I want...": Users' experience of TikTok as a televisual algorithmic flow. *New Media & Society*. [\[enlace\]](#)
- Firth, E. y Marinelli, A. (2025). Datacasting: TikTok's algorithmic flow as televisual experience. *Media and Communication*. [\[enlace\]](#)
- Siles, I. et al. (2025). From feed to flow: Watching television on TikTok. *Television & New Media*. [\[enlace\]](#)
- Faltese, D. et al. (2023). TikTok as television. *Social Media + Society*. [\[enlace\]](#)
- Schellewald, A. et al. (2026). This program was brought to you by the algorithm: Rethinking television via TikTok. *Convergence*. [\[enlace\]](#)
- Cox, C. (2018). Programming – Flow in the convergence of digital media platforms and television. *Critical Studies in Television*. [\[enlace\]](#)
- Pietrobruno, S. (2018). YouTube flow and the transmission of heritage. *Convergence*. [\[enlace\]](#)
- Pajkovic, N. (2021). Algorithms and taste-making: Exposing the Netflix Recommender System's operational logics. *Convergence*. [\[enlace\]](#)
- Ladeira, J. D. M. (2019). O algoritmo e o fluxo: Netflix, aprendizado de máquina e algoritmos de recomendações. *Intexto*. [\[enlace\]](#)
- Jantus Lordi de Sobremonte, A. G. (2026). Dal broadcasting al datacasting. *L'Idealista*. [\[enlace\]](#)
- Evens, T. et al. (2023). Technological affordances of video streaming platforms. *European Journal of Communication*. [\[enlace\]](#)
- Hebben, K. C. et al. (2025). Easy to snack – hard to digest? Strategies of dis/array in streaming, social media, and television. *Media and Communication*. [\[enlace\]](#)

La disciplina después de la televisión

- Johnson, C. (2024). Provocation: An agenda for the future of TV studies. *Critical Studies in Television*. [\[enlace\]](#)
- Shapiro, S. (2020). Algorithmic television in the age of large-scale customization. *Television & New Media*. [\[enlace\]](#)
- Lotz, A. (2021). Unpopularity and cultural power in the age of Netflix. *European Journal of Cultural Studies*. [\[enlace\]](#)
- Turner, G. (2019). Approaching the cultures of use: Netflix, disruption and the audience. *Critical Studies in Television*. [\[enlace\]](#)
- Spilker, H. et al. (2018). The new practices and infrastructures of participation: Twitch.tv and television viewing. *Information, Communication & Society*. [\[enlace\]](#)

Industria, plataformas y economía

- Lotz, A. (2017). *Portals: A treatise on internet-distributed television*. Maize Books. [\[enlace\]](#)
- Lotz, A. (2016). The paradigmatic evolution of U.S. television and the emergence of internet-distributed television. *Icono 14* (versión en español). [\[enlace\]](#)
- Lotz, A. (2019). Teasing apart television industry disruption. *Media, Culture & Society*. [\[enlace\]](#)
- Chalaby, J. (2023). The streaming industry and the platform economy: An analysis. *Media, Culture & Society*. [\[enlace\]](#)
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: The geography of digital distribution*. NYU Press. [\[enlace\]](#)
- Sanson, K. y Steirer, G. (2019). Hulu, streaming, and the contemporary television ecosystem. *Media, Culture & Society*. [\[enlace\]](#)
- Pescatore, G. (2026). Algorithmic neogeneralism in streaming platforms. *Frontiers in Communication*. [\[enlace\]](#)
- Cunningham, S. y Craig, D. (2019). *Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. NYU Press. [\[enlace\]](#)
- Cunningham, S. y Craig, D. (2019). Creator governance in social media entertainment. *Social Media + Society*. [\[enlace\]](#)
- Rieder, B. et al. (2023). Making a living in the creator economy. *Social Media + Society*. [\[enlace\]](#)

- Huang, J. et al. (2025). Generative AI in the screen and live performance industries. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Chung, J. et al. (2025). Deploying AI-based content creation support tools in broadcasting systems. Proceedings of CHI 2025. [\[enlace\]](#)

Servicio público

- Van den Bulck, H. y Moe, H. (2017). Public service media, universality and personalisation through algorithms. Media, Culture & Society. [\[enlace\]](#)
- Iordache, C. et al. (2024). People, personalisation, prominence: A framework for analysing the PSM shift to digital portals. International Journal of Cultural Studies. [\[enlace\]](#)
- Iordache, C. et al. (2025). Public service algorithms. MedieKultur. [\[enlace\]](#)
- van Es, K. y Poell, T. (2020). Platform imaginaries and Dutch public service media. Social Media + Society. [\[enlace\]](#)
- Rozgonyi, K. (2023). Accountability and platforms' governance: Online prominence of public service media content. Internet Policy Review. [\[enlace\]](#)
- Bonini, T. et al. (2022). A convivial-agonistic framework to theorise public service media platforms. New Media & Society. [\[enlace\]](#)
- van Es, K. et al. (2026). NLZiet and NPO's tiered VoD strategy. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Fieiras-Ceide, C. et al. (2024). Building the future of European public service media. Communication & Society. [\[enlace\]](#)
- Guimerà i Orts, J. À. et al. (2023). Percepción del público joven sobre las plataformas online de la televisión pública española: RTVE Play y Playz. Revista Latina de Comunicación Social. [\[enlace\]](#)
- Eguzkitza-Mestraitua, G. et al. (2023). RTVE's transmedia strategy aimed at young audiences: The case of Playz (2017-2020). Communication & Society. [\[enlace\]](#)
- Prieto-Arosa, J. M. et al. (2026). Science communication for youth: RTVE in the age of rapid attention. Visual Review. [\[enlace\]](#)
- Casado, M. Á. et al. (2022). Adapt or die? How traditional Spanish TV broadcasters deal with the youth target. Critical Studies in Television. [\[enlace\]](#)

Televisión transnacional y ficción

- Edgerton, G. (2022). Netflix, Spanish television, and La casa de papel. Critical Studies in Television. [\[enlace\]](#)
- Castro, D. y Cascajosa, C. (2020). From Netflix to Movistar+: How SVOD services have transformed Spanish TV production. JCMS. [\[enlace\]](#)
- Alborno, L. y García Leiva, M. T. (2021). Netflix Originals in Spain: Challenging diversity. European Journal of Communication. [\[enlace\]](#)
- Iordache, C. (2021). Netflix in Europe: Four markets, four platforms? Television & New Media. [\[enlace\]](#)
- Khazoom, F. (2025). Televisuality on a global scale: Netflix's local-language strategy. Media and Communication. [\[enlace\]](#)
- Hidalgo-Marí, T. et al. (2021). In-depth study of Netflix's original content of fictional series. [\[enlace\]](#)
- Gallo, P. et al. (2026). Dubbing wars: Localisation strategies of transnational streaming services for Spanish 'original' works. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Mittell, J. (2015). Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling. NYU Press. [\[enlace\]](#)
- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. New Media & Society. [\[enlace\]](#)
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. International Journal of Cultural Studies. [\[enlace\]](#)
- Merikivi, J. et al. (2019). Binge-watching serialized video content: A transdisciplinary review. Television & New Media. [\[enlace\]](#)
- Wojtyna, M. (2026). Aesthetics, capitalism, and control: TV series as spectacle. Images. [\[enlace\]](#)
- Zündel, J. (2026). Streaming series transforming television and its cultural practices. [\[enlace\]](#)

Géneros y formatos emergentes

- The Television Genre Book (nueva edición, 2024). [Comprobar editor y editorial.] [\[enlace\]](#)

- Sundet, V. S. (2021). Television drama in the age of streaming. Palgrave. [\[enlace\]](#)
- Kim, T. (2026). Reconceptualising the genres of K-drama in the streaming era. Television & New Media. [\[enlace\]](#)
- Maher, S. et al. (2023). Innovation in true crime: Generic transformation in documentary series. Studies in Australasian Cinema. [\[enlace\]](#)
- Tang, W. et al. (2025). ReelShort as a new template of international short-drama business. Global Media and China. [\[enlace\]](#)
- Rozados Lorenzo, A. et al. (2024). Producciones audiovisuales en formato vertical: el caso de Snap Originals. Palabra Clave. [\[enlace\]](#)
- Nielsen, J. et al. (2024). Cell phone fiction: Serial poetics and platform vernacular. First Monday. [\[enlace\]](#)
- Zhang, X. (2026). From horizontal screen to vertical screen: Visual logic reconstruction in micro-dramas. [\[enlace\]](#)
- Zündel, J. (2025). Between memeability and televisuality: The (self-)memefication of television series. Media and Communication. [\[enlace\]](#)

Representación

- Asmar, A. et al. (2022). Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity. Critical Studies in Television. [\[enlace\]](#)
- Shacklock, Z. (2023). The category is: Streaming queer television. New Review of Film and Television Studies. [\[enlace\]](#)
- Griffin, H. (2024). Sexual diversity and streaming television: Toward a platform studies approach. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Ceuterick, M. et al. (2024). The (in)visibility of diversity on streaming platforms in France and Norway: Thumbnails. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Sender, K. (2025). The queer vanguard. Journal of Communication. [\[enlace\]](#)
- Higuera-Ruiz, M. et al. (2025). LGBTQ+ representation in American fiction series on Max. Sexuality & Culture. [\[enlace\]](#)
- Iglesias Gondar, A. et al. (2024). Análisis de la representación LGBTQ en series originales de Netflix (2013-2020). Investigaciones Feministas. [\[enlace\]](#)
- Loxham, A. (2021). Transnational (post)feminist television drama made in Spain. Feminist Media Studies. [\[enlace\]](#)

Audiencias, atención y participación

- Johnson, C. et al. (2023). An audience studies' contribution to the discoverability and prominence debate: UK TV audiences' 'routes to content'. Convergence. [\[enlace\]](#)
- Guerrero-Pérez, E. (2018). La fuga de los millennials de la televisión lineal. Revista Latina de Comunicación Social. [\[enlace\]](#)
- Ruiz Mariscal, E. et al. (2025). Patrones de uso y preferencias de entretenimiento audiovisual en población de 3 a 12 años. Gaceta Sanitaria. [\[enlace\]](#)
- Noschang, L. (2026). Watching or distracted? Observing multitasking behavior during streaming and TV viewing. International Journal of Advertising. [\[enlace\]](#)
- Segijn, C. et al. (2017). The battle of the screens: Attention allocation and memory effects when multiscreening. Human Communication Research. [\[enlace\]](#)
- Shokrpour, A. y Darnell, M. (2017). How people multitask while watching TV. ACM TVX. [\[enlace\]](#)
- Szita, K. et al. (2021). The effects of smartphone spectatorship on attention, arousal, engagement, and comprehension. i-Perception. [\[enlace\]](#)
- Sørensen, I. (2016). The revival of live TV: Liveness in a multiplatform context. Media, Culture & Society. [\[enlace\]](#)
- van Es, K. (2017). Liveness redux: On media and their claim to be live. Media, Culture & Society. [\[enlace\]](#)
- Giglietto, F. y Selva, D. (2014). Second screen and participation: A content analysis on a full season dataset of tweets. Journal of Communication. [\[enlace\]](#)
- Pittman, M. y Tefertiller, A. (2015). With or without you: Connected viewing and co-viewing Twitter activity. First Monday. [\[enlace\]](#)
- Vázquez-Herrero, J. et al. (2021). Intersections between TikTok and TV: Channels and programmes thinking outside the box. Journalism and Media. [\[enlace\]](#)
- Sigiliano, D. et al. (2025). Brazilian telenovelas, fandom literacy and negotiation on TikTok. Razón y Palabra. [\[enlace\]](#)
- Hutchins, B. et al. (2019). Over-the-top sport: Live streaming services and the growth of media sport portals. Media, Culture &

Society. [\[enlace\]](#)

- Hutchins, B. y Sanderson, J. (2017). The primacy of sports television: Olympic media and multi-screen viewing during Rio 2016. Media International Australia. [\[enlace\]](#)
- Lee Ludvigsen, J. A. y Petersen-Wagner, R. (2022). From television to YouTube: Digitalised sport mega-events in the platform society. Leisure Studies. [\[enlace\]](#)
- Webster, J. G. y Ksiazek, T. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation. Journal of Communication. [\[enlace\]](#)

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>