

LIST OF PUBLICATIONS**2018 (in process)**

Luoma-aho, V. y Canel, M.J. (Eds.), *Handbook of Public Sector Communication*. Wiley-Blackwell.

Canel, M.J y Luoma-aho, V. Intangible assets and public value. In Luoma-aho, V. y Canel, M.J. (Eds.), *Handbook of Public Sector Communication*. Wiley-Blackwell.

Luoma-aho, V., Canel, M.J. y Piqueiras, P. From citizen engagement to co-production. In Luoma-aho, V. y Canel, M.J. (Eds.), *Handbook of Public Sector Communication*. Wiley-Blackwell.

Luoma-aho, V., Canel, M.J & Olkkonen, L. Public sector communication and citizens expectations and satisfaction. In Luoma-aho, V. y Canel, M.J. (Eds.), *Handbook of Public Sector Communication*. Wiley-Blackwell.

Canel, M.J. & Luoma-aho, V. *Public Sector Communication. Closing gaps between citizens and organizations*. Wiley-Blackwell.

2017

105. Luoma-aho, V., Canel, M.J. & Sanders, K. (2017, in press). Public sector and political communication. In K. Sriramesh (Ed.), *Handbook of Public Relations*. Taylor and Francis.

104. Canel, M.J. & Luoma-aho, V. (2017). ¿Qué aportan los bienes intangibles a la Administración Pública? In M.J. Canel, P. Piqueiras y G. Ortega (eds.). *La comunicación de la Administración Pública. Conceptos y casos prácticos de los bienes intangibles* (pp. 29-50). Madrid: Instituto Nacional de la Administración Pública.

103. Canel, M.J. (2017). La investigación sobre los bienes intangibles en la Administración Pública. In M.J. Canel, P. Piqueiras y G. Ortega (eds.). *La comunicación de la Administración Pública. Conceptos y casos prácticos de los bienes intangibles* (pp. 11-28). Madrid: Instituto Nacional de la Administración Pública.

102. Canel, M.J. (2017). Conclusiones. La práctica de los bienes intangibles en la Administración Pública: logos, problemas, retos y líneas de trabajo para el futuro. In M.J. Canel, P. Piqueiras y G. Ortega (eds.). *La comunicación de la Administración Pública. Conceptos y casos prácticos de los bienes intangibles* (pp. 215-240). Madrid: Instituto Nacional de la Administración Pública.

101. Canel, M.J. & Piqueiras, P. y Ortega, G. (eds.) (2017). *La comunicación de la Administración Pública. Conceptos y casos prácticos de los bienes intangibles*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
100. Canel, M.J., Oliveira, E. & Luoma-aho, V. (2017). Exploring citizens' judgments about the legitimacy of public policies on refugees: In search of clues for governments' communication and public diplomacy strategies. *Journal of Communication Management*. 21 (4), 355-369.
99. Robles, C. & Canel, M.J. (2017). Exploring the dynamics of the legitimacy judgment about the public sector: the case of the Spanish Ministry of Education and its media legitimacy (2011-2015). *Communication & Society*, 30(3), 215-228.

2016

98. Rodríguez-Andrés, Roberto y Canel, María José (2016). Election Posers in Spain: An Old Genre Surviving New Media? In Ch. Holtz-Bacha & B. Johansson (Eds.), *Political Campaigning in the Public Space. Election Posters around the Globe*. Nueva York: Springer-Berlag.
97. Canel, M.J. & Gurrionero, M. (2016). Framing analysis, dramatism and terrorism coverage: politician and press responses to the Madrid airport bombing. *Communication & Society*, 29(4), 133-149.

2015

96. Canel, M.J. (2015). La comunicación de las instituciones públicas para la regeneración democrática. En F. Llera (Ed.). *Desafección política y regeneración democrática en la España actual: diagnósticos y propuestas* (pp. 331-354). Madrid: Centro de Estudios Constitucionales y Políticos.
95. Luoma-aho, V. y Canel, M.J. (2015). Public Sector Reputation. *The Sage Encyclopedia of Corporate Reputation*
94. Canel, M.J. y Luoma-aho, V. (2015). Crisis en la Administración Pública, oportunidad para la intangibilidad. En J. Villafañe (dir) *La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica* (pp. 121-132). Madrid: Gedisa.
93. Sanders, K. y Canel, M.J. (2015). Mind the gap: local government communication strategies and Spanish citizens' perceptions of their cities. *Public Relations Review*, 41, 777-784.
92. Canel, M.J. y Sanders, K. (2015). Government Communication. *International Encyclopedia of Political Communication*. Willey-Blackwell.

2014

91. CANEL, M.J. and VOLTMER, Katrin (2014) (eds.) *Comparing political communication across time and space: New studies in an emerging field*. London: Palgrave.

90. CANEL, María José and SANDERS, Karen (2014). Is it enough to be strategic? Comparing and defining professional government communication across disciplinary fields and between countries. In CANEL, M.J. and VOLTMER, K. (eds.) *Comparing political communication across time and space: New studies in an emerging field* (pp. 98-116). London: Palgrave.
89. CANEL, M.J. and VOLTMER, Katrin (2014) Comparing political communication across time and space: Conceptual and methodological challenges in a globalized world. An introduction. In CANEL, M.J. and VOLTMER, K. (eds.) *Comparing political communication across time and space: New studies in an emerging field* (pp. 1-12). London: Palgrave.
88. CANEL, María José. (2014). Reflexiones sobre la reputación ideal de la administración pública [Thoughts on the ideal reputation for the public administration]. In Herrero, M., Cruz, A., Lázaro, R. and Martínez, A. (eds). *Escribir en las almas. Estudios en honor de Rafael Alvira* (pp. 69-88). Pamplona: Eiunsa.

2013

87. CANEL, María José y GARCÍA MOLERO, Ángeles (2013). Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España [Communicating trusting governments. Analysis of trust as an intangible asset of the Spanish government]. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación* 18 (34), 29-48.
86. SANDERS, Karen y CANEL, María José (2013). En busca de un modelo para el estudio de la comunicación de instituciones [Looking for a model for the study of institutional communication]. En GUTIÉRREZ, Elena y LA PORTE, María Teresa (Eds.), *Tendencias emergentes en la comunicación institucional* (29-51). Barcelona: UOC Press Comunicación.
85. CANEL, María José y SANDERS, Karen (2013). La acción de los gobiernos en la reputación de las ciudades. ¿Qué aporta la comunicación? [The influence of government performance on the reputation of the city. What role communication plays?] En GUTIÉRREZ, Elena y LA PORTE, María Teresa (Eds.), *Tendencias emergentes en la comunicación de instituciones* (81-102). Barcelona: UOC Press Comunicación.
84. SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013) Government communication in 15 countries. Themes and challenges. In SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges* (pp. 277-312). London: Bloomsbury.
83. CANEL, María José y SANDERS, Karen (2013). Introduction. Mapping the field of government communication. In SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges* (pp. 1-26). London: Bloomsbury.

82. CANEL, María José (2013). Government communication in Spain. Leaving behind the legacies of the past. In SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges* (pp. 133-151). London: Bloomsbury.
81. SANDERS, Karen and CANEL, María José (2013). *Government communication. Cases and challenges*. London: Bloomsbury.
80. GURRIONERO, Mario & CANEL, María José (2012). El valor de las palabras en la cobertura del terrorismo. Análisis del *framing* desde la perspectiva dramática [The role of key words in terrorism coverage. Analysis of news frames from dramatic perspective]. In SANDERS, Karen, CAPDEVILLA, Arantxa & CANEL, María José (Eds.), (2012). *Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2012*. Madrid: Tecnos, pp. 192-210.
79. SANDERS, Karen, CAPDEVILLA, Arantxa & CANEL, María José (Eds.), (2013). *ACOP. Estudios de Comunicación Política. Libro del año 2012* [ACOP Political Communication Yearbook]. Madrid: Tecnos.

2012

78. CANEL, María José (2012). Communicating strategically in the face of terrorism. *Public Relations Review*, 38 (2), 214-222.
77. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2012). Government communication: An emerging field in Political Communication research (pp. 85-96). In SEMETKO, Holli & SCAMMEL, Margaret (Eds.), *Handbook of Political Communication* (pp. 85-96). Sage.
76. CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), (2012) *Comunicación y terrorismo* [Communication and terrorism]. Madrid: Tecnos.
75. SANDERS, Karen & CANEL, María José (2012). La comunicación de los gobiernos ante el terrorismo: un análisis comparado de los atentados de Madrid 2004 y Londres 2005 [Government communication in the face of terrorism: A comparative analysis of the Madrid 2004 bombing and the London 2005 attacks]. In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), *Comunicación y terrorismo* (pp. 49-72). Madrid: Tecnos.
74. GURRIONERO, Mario, CANEL, María José & GUADAÑO, Lucía (2012). El relato del terror. Las actitudes profesionales de los periodistas ante el terrorismo [Terror story. Journalist professional attitudes in the face of terrorism]. In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), *Comunicación y terrorismo* (pp. 101-118). Madrid: Tecnos.
73. GURRIONERO, Mario & CANEL, María José (2012). La eficacia de la estrategia de comunicación del gobierno de España ante el terrorismo

[The efficacy of communication of the Spanish government in the face of terrorism]. In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), *Comunicación y terrorismo* (pp. 265-285). Madrid: Tecnos.

72. CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (2012). La comunicación estratégica desde la dramática burkeana. Propuesta de una matriz de análisis de la eficacia de la comunicación gubernamental [Strategic communication from the dramatism perspective. Proposal of a matrix of analysis of government communication]. In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), (2012). *Comunicación y terrorismo* (pp. 73-97). Madrid: Tecnos.

2011

71. SANDERS, Karen, CANEL, María José & HOLTZ-BACHA, Christina (2011). Communicating governments. A three country comparison of how governments communicate with citizens, *International Journal of Press and Politics*, 16(4), 523-547.
70. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2011). Government communication. *The International Encyclopedia of Communication Online*. Wiley-Blackwell.
69. CANEL, María José & ECHART, Nazareth (2011). The role and functions of government public relations. Lessons from public perceptions of government, *Central European Journal of Communication*, 4 (6), 109-123.

2010

68. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2010). Para investigar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión [The state of the art of government communication research], *Comunicación y Sociedad*, XXIII (1), 7-48.
67. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2010). Crisis communication and terrorist attacks: framing a response to the 2004 Madrid bombings and 2005 London bombings. In COOK, Timothy E. & Holladay, S.J. (Eds.), *Handbook of Crisis Communication* (pp. 449-466). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

2009

66. CANEL, María José (2009). ¿Cuánto vale mi ciudad? Las claves de MercoCiudad para responder a la pregunta de todo gestor local, *Revista de Estudios Locales*, 125, 96-104.
65. CANEL, María José & OLIVARES, Fernando (2009). La "ciudad de las maravillas" para hacer negocios. In VILLAFANE, Justo (Dir.), *La*

comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica pp. (39-102). Madrid: Pearson Prentice Hall.

64. CANEL, María José (2009). El impacto de los sucesos imprevistos en la imagen pública de los gobiernos españoles [The impact of the management of unexpected events on the popularity of the Spanish government], *Anàlisi*, 38, 219-236.

2008

63. CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (2008). *Estudios de comunicación política. Libro del año 2008* [Political Communication Studies. 2008 Yearbook]. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
62. GURRIONERO, Mario G., ECHART, Nazareth & CANEL, María José, (2008). La pugna de versiones en la cobertura del terrorismo: Análisis comparado de los enfoques. In CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), *Estudios de Comunicación Política. Libro del Año 2008* (pp. 245-273). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
61. CANEL, María José (2008). La popularidad de los gobiernos. Análisis teórico y empírico de las percepciones de los españoles (1992-2006). [Government popularity. Theoretical and empirical analysis of public perceptions of Spanish citizens]. In CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), *Estudios de comunicación política. Libro del año 2008* (pp. 151-176). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
60. CANEL, María José (2008). El reto de la investigación: plantear la pregunta ¿hay comunicación en la comunicación política? [Challenges for research: does political communication communicate?]. *Telos*, 74, 78-84.
59. SANDERS, Karen & CANEL, María José (2008). Media Scandals, *Encyclopaedia of Political Communication*. Sage.

2007

58. CANEL, María José (2007). *La comunicación de las instituciones públicas* [Communication for public institutions]. Madrid: Tecnos.
57. CANEL, María José, BENAVIDES, Juan, ECHART, Nazareth & VILLAGRA, Nuria (2007). Explaining frame contest. The 'cascading activation' model applied to the 11th March Madrid bombing, (Wyjasnienie procesu kształtowania się stanowisk. Model,, aktywacji kaskadowej" na przykładzie madryckich ataków bombowych z 11 marca 2004 roku) *Wroclaw University Press Series in Communication and Media Studies (Komunikowanie I media, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego)*, pp. 85-100.

2006

56. SANDERS, Karen & CANEL, María José (2006). A Scribbling Tribe. Reporting Political Scandal in Britain and Spain, *Journalism. Theory, Practice and Criticism*, 7(4), 453-476.
54. CANEL, María José, ECHART, Nazareth, BENAVIDES, Juan & VILLAGRA, Nuria (2006). Los medios de comunicación, puentes para la representación política. In MARTÍNEZ, Antonia (Ed.), *Representación y calidad de la democracia* (pp. 207-230). Madrid: Tecnos.
53. CANEL, María José (2006). *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica* [Political Communication. A guide for its study and practice]. Madrid: Tecnos.
52. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2006). *Morality Tales. Political Scandal and Journalism in Britain and Spain in the 1990s*. Hampton Press: New Jersey.
51. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2006). Escándalo político, *Etcétera. Discusión sin matices*, Mayo, 46-55.

2005

50. CANEL, María José (2005). Recuperar al hombre formulando con él la estrategia de la comunicación política. Una propuesta desde el Interaccionismo Simbólico, III Encuentro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, 21-23 Septiembre.
49. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2005). El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono, *Anàlisi*, 32, 163-178.
48. CANEL, María José & SANTOS, Felipe (2005). Analysis of coverage of political television news in Spain, informe presentado ante el Congreso de los Diputados en Italia. Commissione Parlamentare per l'Indirizzo Generale e la Vigilanza dei Servizi Radiotelevisivi - ISIMM ricerche. Sesión titulada: *Oltre la quantificazione delle presenze: la rappresentazione della politica in televisione*, 14 de febrero.

2004

47. CANEL, María José & ECHART, Nazareth (2004). La comunicación de las fundaciones. In Asociación Española de Fundaciones (Ed.), *Orientaciones básicas para la gestión de una fundación* (pp. 65-86). Madrid: Asociación Española de Fundaciones.
46. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2004). La presencia en prensa de la fase judicial de la corrupción política. Los casos Roldán, Rubio y Lasa y Zabala. In BENAVIDES, Juan, FERNÁNDEZ, Elena & ALAMEDA, David (Eds.), *Información, producción y creatividad en la comunicación* (pp. 467-488). Madrid: Fundación General Complutense.

45. CANEL, María José & ZAMORA, Rocío (2004). La comunicación en las organizaciones políticas: la estrategia permanente en el mercado de la visibilidad de los poderes públicos. In LOSADA, José Carlos (Ed.), *Gestión de la comunicación en las organizaciones* (pp. 515-542). Barcelona: Ariel.
44. CANEL, María José (2004). ¿Cómo ser buena noticia en campaña electoral? In CRESPO, Ismael (Ed.), *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. III. Cómo seguir una campaña electoral. Guía para ciudadanos, políticos y periodistas* (pp. 77-94). Valencia: Tirant lo Blanch.
43. CANEL, María José & SANDERS, Karen (2004). Political Scandal as Morality Tale in Contemporary Society. In MACEDO, Luís *Comunicacao para os cidadaos no estado da sociedade em que vivemos* (pp. 251-259). Oeiras: Camara Municipal de Oeiras.
42. SANDERS, Karen & CANEL, María José (2004). Spanish politicians and the media: controlled visibility and soap opera politics, *Parliamentary Affairs*, 57, 196-208.

2003

41. CANEL, María José, BENAVIDES, Juan & ECHART, Nazareth (2003). La campaña de 2000 en los medios de comunicación. In CRESPO, Ismael (Ed.), *Partidos, medios de comunicación y electores* (pp. 139-179). Buenos Aires: Planeta.
40. CANEL, María José (2003). As entrevistas com os organizadores de campanha. In CRESPO, Ismael (Ed.), *Métodos e técnicas para a pesquisa eleitoral: as campanhas políticas e seus efeitos sobre os eleitores* (pp. 92-100). Pelotas: Universidade Católica de Pelotas.
39. CANEL, María José, BENAVIDES, Juan, DEL RÍO, Pablo & ECHART, Nazareth (2003). A análise de conteúdo dos meios de comunicacao. In CRESPO, Ismael (Ed.), *Métodos e técnicas para a pesquisa eleitoral: as campanhas políticas e seus efeitos sobre os eleitores* (pp. 100-125). Pelotas: Universidade Católica de Pelotas.
38. CANEL, María José, ECHART, Nazareth & DEL RÍO, Pablo (2003). El triunfo del enfoque fáctico sobre el enfoque conflictivo. In Crespo, I. (Ed.), *Partidos, medios de comunicación y electores* (pp. 180-189). Buenos Aires: Planeta.
37. BENAVIDES, Juan & CANEL, María José (2003). Los discursos de los medios, de los políticos y de los electores en la campaña electoral de 2000 ¿coherencia o contradicción? In CRESPO, I. (Ed.), *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. II. Los resultados de la investigación* pp. (295-310). Valencia: Tirant Lo Blanch.
36. CANEL, María José, ECHART, Nazareth & DEL RÍO, Pablo (2003). El triunfo del enfoque fáctico sobre el enfoque conflictivo. In CRESPO,

Ismael (Ed.), *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. II. Los resultados de la investigación* (pp. 279-293). Valencia: Tirant Lo Blanch.

35. CANEL, María José, BENAVIDES, Juan & ECHART, Nazareth (2003). La campaña en los medios de comunicación. In Crespo, I (Ed.), *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. II. Los resultados de la investigación* (pp. 223-277). Valencia: Tirant Lo Blanch.

2002

34. CANEL, María José (2002). Las entrevistas a los organizadores de campaña. In CRESPO, Ismael (Ed.). *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. I. Métodos y técnicas para el estudio de las campañas electorales* (pp. 92-101). Valencia: Tirant Lo Blanch.
33. CANEL, María José, BENAVIDES, Juan, DEL RÍO, Pablo & ECHART, Nazareth (2002). El análisis de contenido en los medios de comunicación. In CRESPO, Ismael (Ed.), *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Vol. I. Métodos y técnicas para el estudio de las campañas electorales* (pp. 103-128). Valencia: Tirant Lo Blanch.

2001

32. CANEL, María José & BERGANZA, Rosa (2001). La campagna in Spagna: localizzazione mediatica o discorso político europeo? In MARINI, Rolando (Ed.), *L'Europa dell'euro e della guerra. La campagna elettorale europea 1999 in Italia e in sette paesi dell'Unione* (pp. 91-120). Roma: Rai Radiotelevisione italiana.

2000

31. CANEL, María José & DEL RÍO, Pablo (2000). Valores y medios de comunicación. Problemas, investigación y soluciones. In BENAVIDES, Juan & FERNÁNDEZ, Elena (Eds.), *Valores y medios de comunicación. De la innovación mediática a la creación cultural* (pp. 201-218). Madrid: Comunicación 2000.
30. INNERARITY, Carmen & CANEL, María José (2000). La imagen del Parlamento en la prensa desde la Transición a la democracia. In SANTAMARÍA (Ed.), *Julián Política y comunicación en la sociedad global*. Granada: AECPA.
29. CANEL, María José & INNERARITY, Carmen (2000). Elecciones europeas y medios de comunicación. In MÉNDEZ, Mónica & MARTÍNEZ (Eds.), Antonia *Las elecciones europeas* (pp. 133-148). Valencia: Tirant Lo Blanch.
28. CANEL, María José & INNERARITY, Carmen (2000). La imagen de las Cortes españolas en la prensa. Sugerencias para su comunicación. In BENAVIDES, Juan, ALAMEDA, David & FERNÁNDEZ, Elena (Eds.), *Las*

Convergencias de la Comunicación (pp. 323-341). Madrid: Fundación General Complutense.

27. CANEL, María José, RODRÍGUEZ-ANDRÉS, Roberto & SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier (2000). *Periodistas al descubierto. Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
26. ECHART, Nazareth & CANEL, María José (2000). Opinión pública y democracia deliberativa: la propuesta estadounidense *Periodismo Cívico, Anales de la Cátedra Francisco Suárez*, 34: 61-76.
25. INNERARITY, Carmen & CANEL, María José (2000). El Parlamento en los medios, terreno de juego. La evolución de la cobertura del Debate sobre el estado de la nación desde la Transición, en MARTÍN, Antonia (Ed.), *El Congreso de los Diputados en España* (pp. 343-391). Madrid: Tecnos.

1999

24. CANEL, María José (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.
23. CANEL, María José, & SÁDABA, Teresa (1999). La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión, *Comunicación y Sociedad*, 12 (2), 9-32.
22. SANDERS, Karen, BALE, Timothy & CANEL, María José (1999). Managing Sleaze. Prime ministers and news management in Conservative Great Britain and Socialist Spain, *European Journal of Communication*, XIV, (4), 461-486.
21. CANEL, María José & SÁNCHEZ ARANDA, José Javier & RODRÍGUEZ-ANDRÉS, Roberto (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias, *Análisi*, 23, 89-108.
20. CANEL, María José (1999). *El País, El Mundo y Abc*: tres manchetas, tres enfoques distintos de la realidad, *Zer*, 6, 23-46.
19. CANEL, María José (Ed.), (1999). Actitudes profesionales de los periodistas. Número monográfico de *Comunicación y Sociedad*, XII (2).
18. CANEL, María José & LA PORTE, María Teresa (1999). Geopolítica: integración en la sociedad global. In D'ENTREMONT, Albán & PÉREZ ADÁN, José (Eds.), *Desarrollo socioeconómico y población. Perspectivas para América Latina* (pp. 205-221). Pamplona: Eunsa.
17. CANEL, María José & FERNÁNDEZ GUBIEDA, Santiago (1999). Cómo sobrevivir a una campaña electoral demasiado larga, *Mediomundo*, 1, 16-20.

1998

16. CANEL, María José (1998). El Sentido Común como escuela, *Nueva Revista de política cultura y arte*, 56, 37-40.
15. SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier & CANEL, María José (1998). Blind Pulitzer?, *Media Ethics*, 10 (1), 10, 26 & 27.
14. CANEL, María José (1998). Los efectos de las campañas electorales, *Comunicación y Sociedad*, XI (1), 47-67.
13. CANEL, María José & PIQUE, Antoni M. (1998). Journalists for emerging democracies. The case of Spain. In WEAVER, David (Ed.), *The Global Journalist* (pp. 299-319). Nueva Jersey: Hampton Press.
12. SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier, CANEL, María José & RODRÍGUEZ, Roberto (1998). El perfil profesional de los periodistas usuarios de Internet. In MARTÍNEZ, Antonio, RODRÍGUEZ, Roberto & DE LA RICA, Álvaro (Eds.), *Comunicación sin fronteras*. Salamanca: Tesitex.
11. CANEL, María José & PIQUÉ, Toni (1998). La evolución profesional de los periodistas españoles, *Comunicación y Sociedad. Revista mexicana de comunicación*, 32: 107-134.
10. CANEL, María José & SANDERS, Karen (1998). Las diferencias culturales en los enfoques de las noticias: análisis comparado de la cobertura de la corrupción política en la prensa española y británica, 1990-1997. In MARTÍNEZ, Antonio, RODRÍGUEZ, Roberto & DE LA RICA, Álvaro (Eds.), *Comunicación sin fronteras*. Salamanca: Tesitex.

1997

9. CANEL, María José (1997). La objetividad periodística en campaña electoral, *Palabra Clave*, 2, 137-154.
8. SEMETKO, Holli A. & CANEL, María José (1997). Agenda-Senders versus Agenda-Setters: Television in Spain's 1996 Election Campaign, *Political Communication Journal*, 14 (4), 457-479.
7. CANEL, María José (1997). La objetividad periodística en campaña electoral: las actitudes profesionales de los periodistas de TVE1 y Antena3TV en las elecciones de 1996, *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 2, 55-70.

1996

6. CANEL, María José, LLAMAS, Juan Pablo & REY, Federico (1996). El primer nivel del efecto *agenda—setting* en la información local: los 'problemas más importantes' de la ciudad de Pamplona, *Comunicación y Sociedad*. Número monográfico: *Agenda—Setting: Investigaciones sobre el primero y el segundo nivel*, IX (1 y 2), 17-37.

1995

5. CANEL, María José (1995). Los medios de comunicación, ¿cómplices del poder o representantes de los ciudadanos? In CANEL, María José & DE LOS ÁNGELES, Juan (Eds.), *Periodismo, poder y ciudadanía*. Salamanca: Tesitex.

1994

4. CANEL, María José (1994). Local government in the Spanish autonomic state, *Studies on Local Government*, 20 (1), 44-59.

1993

3. CANEL, María José (1993). *La opinión pública*. Pamplona: Eunsa.

1990

2. CANEL, María José (1990). The Concept of Public Opinion in the Scottish Enlightenment. In CAMPBELL, Tom D. (Ed.), *Law and Enlightenment in Britain* pp. (116-123). Aberdeen: Aberdeen University Press.
1. CANEL, María José (1990). La persuasión de los medios: hacia una nueva y correcta retórica. In GARCÍA-NOBLEJAS, Juan José & SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier (Eds.), *Información y persuasión* (pp. 442-449). Pamplona: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.