

Cristina Etayo

Dpto. Empresa Informativa
Edificio Biblioteca
Campus Universitario
31080 Pamplona, Navarra, España
Tf: (34) 948 42 56 00 ext. 802097
cetayo@unav.es

CV

Cristina Etayo es Profesora en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, donde imparte las asignaturas de Investigación de Mercados, Marketing Promocional e Introducción al Fundraising.

Su investigación se ha centrado en el ámbito de la publicidad. Ha analizado las prácticas de gestión desarrolladas por las agencias de publicidad, la creatividad del proceso publicitario y las relaciones entre publicidad y ciclo económico. Actualmente trabaja en temas relacionados con la publicidad en televisión y la influencia de la familia en los efectos de la publicidad sobre niños y adolescentes. Ha participado en proyectos de investigación financiados en convocatorias competitivas y actualmente es miembro de un proyecto de investigación sobre los nuevos hábitos de consumo de medios audiovisuales provocados por la digitalización, Ha publicado sobre estos temas en revistas académicas y libros y está presente en congresos nacionales e internacionales de éste área.

Es miembro de la European Advertising Academy (EAA), de la [European Media Management Association \(EMMA\)](#), y de la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK)

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

Identificación de los motivos de consumo de los contenidos audiovisuales de ficción y entretenimiento en el mercado español. Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. De enero de 2016 a diciembre de 2018. Investigadora Principal: Dra. Mercedes Medina Laverón.

Nuevos hábitos de consumo audiovisual en Europa: Impacto de la digitalización en la dieta de los ciudadanos y en la industria. Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación. De enero de 2011 a diciembre de 2013. Investigadora Principal: Dra. Mercedes Medina Laverón.

Efectos de la competencia en el mercado de la televisión en Europa. Proyecto financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia. De enero de 2007 a diciembre de 2010. Investigador Principal: Dr. Alfonso Sánchez-Tabernero.

Competencia y diversidad en el mercado de la televisión en Europa. Proyecto financiado por el Gobierno de Navarra. De enero de 2006 a diciembre de 2007. Investigador Principal: Dr. Alfonso Sánchez-Tabernero.

Análisis de las prácticas de gestión en las agencias de publicidad. Proyecto PIUNA financiado por la Universidad de Navarra. De enero de 2002 a diciembre de 2004. Investigadora principal: Dra. Cristina Etayo Pérez.

Un modelo para Europa de Enseñanza Superior de Comunicación Comercial. Proyecto financiado por EACA (European Association of Communications Agencies). De enero de 2001 a diciembre de 2002. Investigador Principal: Dr. Juan de los Angeles.

ARTICULOS EN REVISTAS ACADÉMICAS

Artero, J. P.; Etayo, C.; Sánchez-Tabernero, A. (2016). How advertising affects quality perception of public service television. *Creative Industries Journal*, 9(2), pp.107-115

Medina, M.; Herrero, M.; Etayo, C. (2016). The impact of DTT in the willingness to pay for TV in Spain. *International Journal of Digital Television*, 7(1), pp. 83-98

Etayo, C. (2015). Reacciones afectivas hacia series de ficción televisiva. Una aplicación a Velvet. *ZER, Revista de Estudios de Comunicación*, 20(39), pp. 195-228.

Artero, J. P.; Etayo, C.; Sánchez-Tabernero, A. (2015). The evolution of viewers' concerns and perceptions of television content quality. *Journal of Media Business Studies*, 12 (4), pp. 205-223. Doi: 10.1080/16522354.2015.1099274.

Bayo, A.; Etayo, C.; Sánchez-Tabernero, A. (2015). Political orientation and perceived quality of television channels. *Journal of Service Theory and Practice*, 25 (6), pp. 813-835. Doi: [10.1108/JSTP-09-2014-0217](https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2014-0217)

Etayo, C.; Guerrero, E. (2015). La percepción de calidad de los programas de entretenimiento televisivos en España: influencia de los valores de producción. *El profesional de la información*, 24, pp. 256-264.

Medina, M.; Herrero, M.; Etayo, C. (2015). Impacto de la digitalización en la televisión de pago en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 252-269.

Medina, M.; Herrero, M.; Etayo, C. (2015). Children's programming before and after DTT implementation in Spain. Is there still a driving force to pay for TV? *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 28, pp. 63-72.

Etayo, C (2015). Creencias sobre series de ficción televisiva: el caso de Velvet. *Doxa Comunicación*, 20, pp. 89-118.

Etayo-Pérez, C (2014). Géneros televisivos preferidos y actitudes hacia la publicidad. *Questiones Publicitarias*, 19 (1), pp. 64-81

Etayo, C.; Bayo, A. (2014). El sobreconsumo y el infraconsumo de televisión en España. *Análisi*, 51, pp. 1-15.

Pardo, A.; Etayo, C. (2014). "Movies and Screens: The Spanish Audience's Choice". *Communication and Society*, 27(4), pp. 131-145

Diego González, P.; Guerrero Pérez, E.; Etayo Pérez, C. (2014). Televisión conectada en España: contenidos, pantallas y hábitos de visionado- Connected TV in Spain: Contents, Screens & viewing habits. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), pp. 179-199. doi:10.14198/MEDCOM2014.5.1.10

Preciado Hoyos, A.; Etayo-Pérez, C. (2014). Influencia del estilo directivo en la comunicación interna de las organizaciones. Una aplicación a las agencias de publicidad. *Palabra Clave*, 17 (2), pp. 412-455.

Diego, P.; Etayo, C.; Guerrero, E. (2014). Tell Me the Screen You Use, and I Will Tell You the Content You Watch: The Case of Spanish Internet Users. *Trípodos*, 35, pp. 157-177.

Artero, J. P.; Etayo, C.; Sánchez.Tabernero, A. (2013). Effects of pragmatic and moral concerns on perceived TV quality. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 2(3), pp. 489-504.

Diego, P.; Etayo, C. (2013). Explanatory factors of preferences for domestically-produced versus America-made fiction series. *Comunicación y Sociedad*, 26 (1), pp. 155-174.

Diego, P.; Etayo, C.; Pardo, A. (2011). La percepción sobre la calidad de las series televisivas en España: contraste entre el público y los profesionales. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 16(31), pp. 69-88.

Etayo, C. (2010). Ciclo económico e inversiones publicitarias en España: Análisis de los diferentes medios. *Esic Market. Revista Internacional de Economía y Empresa*, 135, pp 63-90.

Etayo, C.; Preciado, A. (2008). La comunicación directiva interna en las agencias de publicidad españolas. *Analisi*, 37, pp. 11-29.

Etayo, C.; del Río, J. (2008). Influencia de la organización del tiempo sobre la creatividad en las agencias de publicidad. *Questiones Publicitarias*, 13, pp. 27-37.

Etayo, C.; del Río, J. (2008). La influencia de los factores humanos en la creatividad de las agencias de publicidad. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 13(25), pp. 197-219.

Etayo, C.; Preciado, A. (2008). Estilo directivo en las agencias de publicidad españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, pp. 151-164.

CAPÍTULOS DE LIBROS

Guerrero, E.; Etayo, C. (2015). "Do production values influence the quality perception of TV entertainment shows?". *The business of media: Change and Challenges*. Herrero, M. & Wildman, S. (co-editors), 111-120. Media XXI Publishing

Etayo, C. (2015). "Comportamiento de los españoles ante la publicidad en televisión". *La audiencia en la era digital*. Medina, M (coord). pp. 105-123. Fragua Comunicación.

Etayo, C. (2011). "¿Cómo y dónde vemos los españoles la televisión?". En *La televisión en España. Informe 2011*, págs. 213-224. IESE.

Etayo, C. (2011). "La inversión publicitaria en diarios, suplementos y dominicales (1998-2009)". *Libro Blanco de la Prensa Diaria*, pp. 389-394. AEDE. Asociación de Diarios Españoles.

Artero, J.P.; Etayo, C., Herrero, M.; Medina, M. y Sánchez-Tabernero, A. (2010). "The effects of competition on the profitability of European television channels". *The Media Industries and their markets. Quantitative Analyses*, pp. 141-154. Editorial Palgrave MacMillan.

Etayo, C. (2010). "La publicidad en las televisiones autonómicas". *La televisión en España. Informe 2010*, pp. 259-278. IESE.

Medina, M.; Etayo, C.; Vázquez, M.J. (2010). "The evolution of the content of the European public TV channels (1996-2004)". *Television and digital media in the 21st century*, pp. 109-124. Editorial Media Art Service International.

Etayo, C. (2009). "Las actitudes y comportamientos de los espectadores hacia la publicidad en televisión". *La televisión en España. Informe 2009*, pp. 253-264. IESE.

Etayo, C.; Preciado, A. (2009). "Advertising in Spanish Language Media". *The Handbook of Spanish Language Media*, pp. 249-265. Editorial Taylor & Francis, Routledge.

Etayo, C. (2008). "Los efectos de la competencia sobre los contenidos de las cadenas de televisión españolas (1995-2007)". *La televisión en España. Informe 2008*, pp. 259-274. Editorial Deusto.

Etayo, C. (2002). "Advertising in Spain". *More Advertising Worldwide. Vol. II*, pp. 238-269. Editorial Springer-Verlag, Berlín.

PUBLICACIONES EN ACTAS DE CONGRESOS

Etayo, C. (2003). "Estudios de Economía y Dirección de Empresas en la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas". Actas del I Congreso de la red estatal de docencia universitaria. Universidad Jaume I Castellón, España.

de los Ángeles, J.; Pérez Latre, F.J.; Montero, M.; Etayo, C.; Bringué, X., y Oliver, X. (2003). "El modelo EACA/UN para la enseñanza de la Comunicación Comercial en Europa". En Profesionales para un futuro globalizado. Actas del XVII Congreso Internacional de Comunicación, (pp.379-394). Ediciones Eunate, Pamplona.

Etayo, C. (2003). "El sector de la publicidad en la economía española" La comunicación: conocimiento, industria y profesión . pp. 379-394. IV Foro de Investigación Universitaria en Comunicación. Ediciones Edipo, Madrid.

Etayo, C. (2003). "El papel estratégico de la comunicación en la empresa". En La importancia de la comunicación en la empresa. Comunicación interna (organizacional) y externa (corporativa). UNED- Tudela, Navarra.

Etayo, C. (2002). "Ética en la remuneración de las agencias de publicidad". En Información, ficción, persuasión: ¿Es la ética una utopía?, pp. 295-392. Actas de las XVI Jornadas Internacionales de Comunicación. Ediciones Eunate, Pamplona.

Etayo, C. (2002). "El sector de la publicidad en la economía española". En C. Barrera del Barrio, M. García López y F. Martínez Vallvey (eds.), La comunicación: industria, conocimiento, profesión, Colección Comunicación 2000, (pp. 443-455). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

CONTRIBUCIONES A CONGRESOS

Bayo, A.; Etayo, C.; Sánchez-Taberner, A. (2016). "Revisiting quality television: the perceptions of the audience". Comunicación presentada en la 12th World Media Economics and Management Conference. Nueva York, 2-6 Mayo.

Guerrero, E.; Diego, P.; Etayo, C. (2014). "Connected TV in Spain: Contents and screens". Comunicación presentada en la 11th World Media Economics and Management Conference. Rio de Janeiro, Brasil.

Medina, M.; Herrero, M.; Etayo, C. (2014). "Consumption and satisfaction of children's programming before and after DTT implementation. The Spanish case". Comunicación presentada en la Emma (European Media Management Association) Annual Conference 2014. Tallin, Estonia.

Artero, J.P.; Etayo, C.; Sánchez-Taberner, A. (2013). "Effects of Pragmatic and Moral Concerns on Perceived TV Quality by the Spanish Audience (2008 vs 2012)". Comunicación presentada en la Emma (European Media Management Association) Annual Conference 2013. Bournemouth, Reino Unido.

Diego, P.; Etayo, C.; Guerrero, E. (2013). "Tell me the screen you use, and I will tell you the content you watch". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2013. Bournemouth, UK.

Medina, M.; Etayo, C.; Herrero, M. (2013). "The willingness to pay for television services before and after DTT implementation in Spain". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2013. Bournemouth, UK.

Etayo, C.; Pardo, A. (2013). "Movies and Screens: The Spanish Audience's Choice". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2013. Bournemouth, UK.

Etayo, C.; Herrero, M.; Medina, M. (2013). "Television channels and the internet: opportunities for the identity and the future of the broadcasters". Comunicación presentada en la 6th Conference International Media Management Academic Association (IMMAA). Lisboa, Portugal.

Bayo-Moriones, A.; Etayo, C.; Sánchez-Taberner, A. (2013). "Political ideology and perceived quality of television channels by viewers: the mediating role of perceived quality of news programmes and meaning of television quality". Comunicación presentada en la 6th Conference International Media Management Academic Association (IMMAA). Lisboa, Portugal.

Artero, J.P.; Etayo, C.; Sánchez-Taberner, A. (2012). "Effects of advertising on perceived quality by TV viewers: The case of the Spanish public service broadcaster". Comunicación presentada en la Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise, RIPE@2012 Conference. Sidney, Australia.

Diego, P.; Etayo, C. (2012). "Explanatory factors of the preferences for national versus foreign fiction series". Comunicación presentada en la 10th World Media Economics & Management Conference (WMEMC). Tesalónica, Grecia.

Etayo, C. (2012). "Genre Preferences and Attitudes to TV Advertising". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2012. Budapest, Hungría.

Bayo-Moriones, A.; Etayo, C. (2012). "Political orientation and perceived quality of television channels: An empirical analysis for Spain". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2012. Budapest, Hungría.

Diego, P.; Etayo, C. (2011). "Explanatory factors of the preferences for national versus foreign fiction series". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2011. Moscú, Rusia.

Etayo C. (2010). "Actitudes hacia la publicidad en televisión. Análisis del perfil del consumidor". Comunicación presentada en el XXV Congreso Internacional de Comunicación. Pamplona, España.

Etayo, C. (2010). "Un estudio comparativo sobre el intrusismo percibido de la publicidad y los comportamientos para evitarla". Comunicación presentada en el XXII Congreso Nacional de Marketing (AEMARK). Oviedo, España

Petrovici, D.; Etayo, C. (2010). "When less is more: A comparative study on advertising avoidance". Comunicación presentada en el 2010 Academy of Marketing Science, Cultural Perspectives in Marketing (CPM) Conference. Lille, Francia

Etayo, C.; Petrovici, D. (2010). "A comparative study on advertising avoidance and perceived intrusiveness". Comunicación presentada en la 9th International Conference on Research in Advertising (ICORIA). Madrid, España.

Medina, M.; Etayo, C.; Herrero, M.; Diego, P. (2010). "Audience Satisfaction and pay-TV services in the Spanish television market". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2010. Londres, Reino Unido.

Etayo, C. (2009). "Attitudes to TV advertising: An analysis of consumer profiles" Comunicación presentada en la 8th International Conference on Research in Advertising (ICORIA). Klagenfurt, Austria.

Etayo, C. (2009). "Attitudes to TV advertising: An analysis of consumer profiles". Comunicación presentada en la Emma Annual Conference 2009. Paris, Francia.

Etayo C.; Diego, P.; Pardo, A.; Medina, M. (2009). "Quality of TV fiction in Spain: Audience and professional perceptions". Comunicación presentada en la European Media Management Association Annual Conference 2009. Paris, Francia.

Etayo, C. (2009). "Evolución de la oferta de contenidos de las cadenas de televisión en España". Comunicación presentada en el XXIII Congreso Internacional de Comunicación, Excelencia e innovación en la comunicación. Pamplona, España.

Etayo, C. (2009). "Calidad y creatividad en la oferta de contenidos informativos". Comunicación presentada en el XXIII Congreso Internacional de Comunicación, Excelencia e innovación en la comunicación. Pamplona, España.

Etayo C.; Medina, M.; Vázquez, M.J. (2008). "Evolution of the European Public Channels Contents (1996-2004)". Comunicación presentada en la 8th World Media Economics & Management Conference (WMEMC). Lisboa, Portugal.

Etayo C. (2008). "Determinantes de la intensidad publicitaria sobre el PIB". Comunicación presentada en la European Media Management Association Annual Conference 2008. Barcelona, España.

Etayo, C.; Medina, M.; Herrero, M. (2007). "The effects of competition on the profitability of European televisión channels". Comunicación presentada en el Media and Communication Quantitative and Econometric Analysis. Paris, Francia.

ESTANCIAS EN CENTROS EXTRANJEROS

Kent Business School, University of Kent, Canterbury, Reino Unido. Agosto de 2014.

Kent Business School, University of Kent, Canterbury, Reino Unido. Agosto de 2009.

Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Noviembre de 2002.

London School of Economics, Londres, Reino Unido. Julio y agosto de 1997.

University of California at Berkeley. Berkeley, Estados Unidos. Julio y agosto de 1995.

University of Southampton. Southampton, Reino Unido. Julio y agosto de 1994.