

doxa

comunicación

Revista interdisciplinar
de estudios de comunicación
y ciencias sociales

Noticias de tesis doctorales

Autora: BEGOÑA GÓMEZ NIETO

Título de la tesis: *Las herramientas de comunicación en la internacionalización de la pequeña y mediana empresa*

Directora: PILAR ARAMBURUZABALA HIGUERA

Lugar y fecha de lectura: IE Universidad (Universidad SEK) Segovia, 15 de septiembre de 2008

TRIBUNAL: Presidenta: ADELAIDA BOLEA DE ANTA (Universidad Complutense de Madrid) **Vocal:** JOSÉ MARÍA HERRANZ DE LA CASA (Universidad Europea Miguel de Cervantes). **Vocal:** MÓNICA VICTORIA VIÑARÁS ABAD (Universidad Antonio de Nebrija) **Vocal:** ALEJANDRO TAPIA FRADE (Universidad Europea Miguel de Cervantes) **Secretaria:** MARÍA JESÚS DÍAZ GONZÁLEZ (Universidad SEK).

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La presente tesis doctoral tiene como tema la gestión, el uso de la comunicación en la pequeña y mediana empresa exportadora, concretamente se analiza el caso segoviano. En esta tesis, el objeto de estudio consta de tres núcleos: la comunicación, entendida como una herramienta, instrumento al servicio de cualquier tipo de organización y que bien utilizada puede ayudar en la consecución de los objetivos. El segundo núcleo lo conforma el fenómeno de internacionalización, puesto que me intereso por empresas que exportan sus productos. El tercero, la pequeña y mediana empresa (pyme) española, con especial referencia al caso segoviano. Por lo tanto, el objeto de estudio es la gestión de la comunicación en el proceso de internacionalización de las pymes segovianas.

Autora: BEATRIZ GUERRERO GONZÁLEZ- VALERIO

Título: *El reportaje fotográfico documental en la España de los años 80: Cristina García Rodero*

Director: CONCEPCIÓN CASAJÚS QUIRÓS

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo de Madrid, 10 de septiembre de 2008

TRIBUNAL: Presidente: ALFONSO BULLÓN DE MENDOZA (Universidad CEU San Pablo, Madrid) **Vocal:** CARMEN PENA LÓPEZ (Universidad Complutense de Madrid) **Vocal:** RAFAEL TROBAT BERNIER (Universidad Complutense de Madrid) **Vocal:** NOELIA GARCÍA BANDERA (Universidad de Málaga) **Secretaria:** LAURA GONZÁLEZ DÍEZ (Universidad CEU San Pablo, Madrid)

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: En la España de los años ochenta, en esos años llenos de vertiginosos cambios, en los que está en auge la movida, la experimentación y en los que predomina el ansia de absorber todo lo que viene del exterior, una serie de fotógrafos, en vez de seguir las modas del momento, van a dirigir su mirada y su atención hacia la realidad de su país, hacia una España que se desvanece. Entre estos fotógrafos, se encontraba Cristina García Rodero.

Autora: AINARA LARRONDO URETA

Título de la tesis: *El reportaje hipermedia. Análisis del género en los especiales de elmundo.es, elpaís.com y la-vanguardia.es*

Director: JAVIER DÍAZ NOCI

Lugar y fecha de lectura: Universidad del País Vasco, 16 de abril de 2008

TRIBUNAL: Presidente: JESÚS CANGA LAREGUI (Universidad del País Vasco) **Vocal:** JOSEP LLUÍS GÓMEZ MOMPART (Universidad de Valencia) **Vocal:** XOSÉ LÓPEZ GARCÍA (Universidad de Santiago de Compostela) **Vocal:** RAMÓN SALAVERRÍA ALIAGA (Universidad de Navarra) **Secretario:** KOLDO MESO AYERDI (Universidad del País Vasco).

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La tesis examina el carácter hipertextual, multimedia e interactivo del reportaje en los medios de Internet y valida empíricamente un nuevo prototipo evolucionado al que distingue teóricamente con el nombre de “reportaje hipermedia”. En su análisis práctico, considera el formato especial de la prensa digital como caso de estudio y desarrolla una metodología específica centrada en la funcionalidad del hipertexto como estructura organizativa de contenidos. Las conclusiones del estudio constatan rasgos estilísticos y estructurales que caracterizan y diferencian al reportaje de los cibermedios no sólo de su predecesor impreso, sino también de otros géneros en línea, lo que sugiere criterios específicos de clasificación de los géneros ciberperiodísticos.

Autora: CARMEN LÓPEZ DE AGUILETA CLEMENTE

Título de la tesis: *La publicidad del automóvil en España 1900-1936*

Director: ALBERTO PENA

Lugar y fecha de lectura: Universidad de Vigo, 26 de septiembre de 2008.

TRIBUNAL: Presidente: EMILIO GARCÍA FERNÁNDEZ (Universidad Complutense de Madrid) **Vocal:** UBALDO CUESTA CAMBRA (Universidad Complutense de Madrid) **Vocal:** MARTA REY GARCÍA (Universidad de La Coruña) **Vocal:** PEDRO PABLO GUTIÉRREZ GONZÁLEZ (Universidad de Vigo) **Secretaria:** EMMA TORRES ROMAY (Universidad de Vigo)

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La autora realiza una investigación de la publicidad del automóvil que se realizó en España desde su nacimiento en 1900 hasta el estallido de la Guerra Civil. El trabajo aporta, por un lado, un archivo iconográfico, inédito hasta la fecha, de la publicidad que desde este sector se llevó a cabo en España por las distintas marcas automovilísticas de la época. Así mismo demuestra el dinamismo y el comportamiento, pionero en muchos casos, de la publicidad de automóviles.

Autora: TAMARA VÁZQUEZ BARRIO

Título: *La audiencia infantil ante los contenidos de la programación televisiva en España. Años 2004-2006.*

Director: LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo, 15 de abril de 2009

TRIBUNAL: Presidente: JAVIER FERNÁNDEZ DEL MORAL (Universidad Complutense de Madrid); **Vocal:** JOSÉ RAMÓN PÉREZ ORNIA (Universidad Complutense de Madrid); **Vocal:** SALOMÉ BERROCAL GONZALO (Universidad de Valladolid); **Vocal:** JACKIE HARRISON (Universidad de Sheffield); **Secretario:** JOSÉ ÁNGEL CORTÉS LAHERA (Universidad CEU San Pablo).

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La tesis examina los hábitos de consumo televisivo de la audiencia infantil, las pautas de programación de las principales cadenas de televisión españolas, el contenido de la oferta televisiva dirigida a los niños y el de los programas que sin ser infantiles, aparecían en los listados de los espacios más vistos por el segmento de cuatro a doce años. El análisis de contenido aborda tres campos de estudio: las señas de identidad de los productos, las características de los protagonistas de la narración y cuatro variables psicosociales que, desde las primeras investigaciones sobre la relación de la televisión y la infancia, han preocupado especialmente a la comunidad científica y al público en general: la violencia, el sexo y el erotismo, la discriminación y el consumo de alcohol y drogas.