

doxa

comunicación

Revista interdisciplinar
de estudios de comunicación
y ciencias sociales

Noticias de tesis doctorales

Autora: ROSARIO ALISES CASTILLO

Título: *La pena de muerte en el cine español*

Director: ANASTASIO CAMIÑAS HERNÁNDEZ

Lugar y fecha de lectura: Universidad de Málaga, diciembre de 2011

TRIBUNAL: Presidente: MIGUEL DE AGUILERA MOYANO (Universidad de Málaga); **Vocal:** FERMÍN GALINDO ARRANZ (Universidad de Santiago de Compostela); **Vocal:** CAROLINA MORENO CASTRO (Universidad de Valencia); **Vocal:** ANTONIA DEL REY REGUILLO (Universidad de Valencia); **Secretaria:** CARMEN RODRIGUEZ FUENTES (Universidad de Málaga)

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: La tesis aborda el estudio de la pena de muerte en el cine español. La investigación se ha llevado a cabo teniendo en cuenta los aspectos estéticos, jurídicos, criminológicos y sociológicos presentes en las películas que conforman el corpus de estudio de la investigación. Se ha querido conocer el tratamiento que el cine español da al tema de la pena capital, incidiendo en el análisis de los siguientes elementos presentes en las cintas estudiadas: la figura del condenado, la figura del verdugo, el proceso judicial, la ejecución, la sociedad de la época, los recursos narrativos y la puesta en escena.

Autor: ANA BERIAIN BAÑARES

Título: *Radiografía de la metodología en investigación publicitaria. Análisis de las herramientas metodológicas utilizadas en España para medir las variables que influyen en el resultado de una campaña en televisión*

Director: JOAN SABATÉ LÓPEZ

Lugar y fecha de lectura: Universitat Ramon Llull, 2 de junio de 2011

TRIBUNAL: Presidente: MARIO HERREROS ARCONADA (Universitat Autònoma de Barcelona); **Vocal:** ISMAEL LÓPEZ MEDEL (Universidad CEU San Pablo); **Vocal:** MANUEL GARRIDO LORA (Universidad de Sevilla); **Vocal:** VICTORIA TURVIÑAS (Universidad de Alicante); **Secretario:** JOSEP ROM RODRÍGUEZ (Universitat Ramon Llull).

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: La tesis aborda el estudio de la medición de la eficacia publicitaria desde la perspectiva de la investigación de mercados. La investigación se basa en un trabajo de recopilación que permite desgranar y analizar los modelos y las metodologías que se desarrollan en España orientadas a la cuantificación y medición de los efectos de la publicidad en televisión sobre las marcas (pre test, post test de publicidad y estudios de seguimiento continuo de la publicidad). El objetivo es observar qué variables miden cada una de ellas, cómo se realiza tal medición y en qué se diferencian, lo que permite un análisis individual y comparativo inexistente hasta el momento.

Nombre: ANA ISABEL BERNAL TRIVIÑO

Título: *Preferencias del diseño de la información periodística en Internet por parte de los jóvenes*

Director: M^a ÁNGELES CABRERA GONZÁLEZ / FRANCISCO JAVIER BARÓN LÓPEZ

Lugar y fecha de lectura: Universidad de Málaga. 16 de marzo de 2009

TRIBUNAL: Presidente: JOSÉ MANUEL DE PABLOS COELLO (Universidad de La Laguna); **Vocal:** JOSÉ IGNACIO ARMEN-TIA VIZUETE (Universidad del País Vasco); **Vocal:** JOSÉ MANUEL GÓMEZ Y MÉNDEZ (Universidad de Sevilla); **Vocal:** JOSÉ ÁLVAREZ MARCOS (Universidad de Sevilla); **Secretario:** DANIEL TENA PARERA (Universidad Autónoma de Barcelona).

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: Esta tesis concreta los elementos que prefieren los jóvenes españoles en el diseño de una información en Internet. La obra destaca por su riguroso desarrollo metodológico. Primero, un estudio cualitativo para indagar en las razones que justifican sus preferencias. Segundo, una metodología exploratoria. Y, tercero, una metodología experimental para precisar los componentes del diseño periodístico en línea que más valoran, a partir de una muestra de 800 jóvenes. Los resultados permiten comprender el valor estadístico que para los jóvenes tiene el diseño y los elementos visuales de una noticia en Internet, así como ajustar el mensaje formal a sus expectativas.

Autor: CRISTINA GONZÁLEZ DÍAZ

Título: *Análisis formal y de contenido de los spots de alimentos dirigidos a la infancia*

Director: CLAUDIA RAUSELL KÖSTER

Lugar y fecha de lectura: Universidad de Alicante, 15 de noviembre de 2011

TRIBUNAL: Presidente: AGUSTÍN GARCÍA MATILLA (Universidad de Valladolid); **Vocal:** JOSÉ MARÍA BERNARDO PANIAGUA (Universidad de Valencia); **Vocal:** EMILIO FELIU GARCÍA (Universidad de Alicante); **Vocal:** JOSÉ LUIS TERRÓN BLANCO (Universidad Autónoma de Barcelona); **Secretario:** MIGUEL ÁNGEL MATEO PÉREZ (Universidad de Alicante)

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: En este trabajo se realiza un análisis de los spots publicitarios dirigidos al *target* infantil pertenecientes al sector de la alimentación. La investigadora parte de la premisa de que, dependiendo del público al que se dirija el anunciante, adulto o infantil, determinados rasgos que constituyen el spot difieren. Las principales conclusiones del estudio apuntan como: 1. Los spots de alimentos dirigidos a niños poseen un ritmo visual más rápido que aquellas piezas publicitarias dirigidas al público adulto; 2. Los personajes protagonistas humanos, de edades comprendidas entre los 7 y los 12 años y de sexo masculino son los que mejor describen este tipo de publicidad; 3. A pesar de que tanto el recurso sonoro del *jingle* como la utilización del personaje *mascota* sea minoritaria, su presencia se ha encontrado de forma más asidua en la publicidad dirigida a niños que en aquella centrada en el *target* adulto, y 4. La entrega de premios, obsequios o bonificaciones es otra de las características que mejor definen los reclamos publicitarios utilizados en la publicidad destinada al niño.

Autor: FREDERIC GUERRERO-SOLÉ

Título: *La celebración mediática de la Victoria en la Rusia postsoviética. Análisis transversal de los observables de la hegemonía en la conmemoración televisiva de la Victoria sobre la Alemania nazi*

Director: JOSEP GIFREU PINSACH

Lugar y fecha de lectura: Universitat Pompeu Fabra, octubre de 2011

TRIBUNAL: Presidente: MIQUEL DE MORAGAS I SPÀ (Universitat Autònoma de Barcelona); **Vocal:** MIGUEL VÁZQUEZ LIÑÁN (Universidad de Sevilla); **Secretario:** MIQUEL RODRIGO I ALSINA (Universitat Pompeu Fabra)

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: El trabajo tiene como objetivo el análisis de la conmemoración televisiva de la Victoria sobre la Alemania nazi en la Rusia postsoviética. La tesis se centra en la retransmisión del desfile militar del 9 de mayo de 2010 en la Plaza Roja de Moscú, el gran *media event* de la Rusia de Putin y Medvédev, en los discursos presidenciales entre 2000 y 2010, y en el análisis de las programaciones televisivas del 9 de mayo desde 1964 hasta 2010 del primer canal de televisión soviético y ruso. Además, se analiza la agenda temática de los noticiarios de dos de los tres principales canales federales (Primer canal y NTV). En el trabajo se ponen de manifiesto las diferentes estrategias mediáticas que convierten la conmemoración de la Victoria en un acontecimiento hegemónico y cómo a través de ellas se construyen las bases de la identidad rusa postsoviética.

Autor: DAVID HERRERA CERESO

Título: *Los blogs en los ciberdiarios españoles de referencia: un análisis de los géneros ciberperiodísticos y de las nuevas técnicas de redacción.*

Director: IGNACIO BLANCO ALFONSO

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo, 15 de febrero de 2012

TRIBUNAL: Presidente: LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE (Universidad CEU San Pablo); **Vocal:** JOSÉ LUIS ORIHUELA (Universidad de Navarra); **Vocal:** CONCEPCIÓN EDO (Universidad Complutense); **Vocal:** XOSÉ LÓPEZ (Universidad de Santiago de Compostela); **Secretario:** RAMÓN SALAVERRÍA (Universidad de Navarra).

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: En esta tesis doctoral se analiza uno de los pilares fundamentales en torno a los cuales los ciberdiarios de referencia en España (*abc.es*, *elmundo.es*, *elpaís.com*, *elperiódico.com*, *larazón.es*, *lavanguardia.es* y *público.es*) están construyendo hoy día sus estrategias de negocio: el blog. En la tesis se analiza la evolución que los géneros periodísticos han experimentado al ser asimilados por un formato tan personalista como el blog y tras haber incorporado una serie de nuevas técnicas de redacción ciberperiodística inherentes al modelo en línea: la hipertextualidad, la multimedialidad y la frecuencia de actualización. La oportunidad de estudio viene dada por la ausencia de trabajos académicos que aborden en profundidad una realidad de tal relevancia en el periodismo actual.

