

Autor: Luis Manuel Fernández Martínez

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5683-6443>

Título: La audiencia social de un formato televisivo. Estudio de caso: El Festival de Eurovisión en España

Title: *The social audience of a television format. Case study: The Eurovision Song Contest in Spain*

Directores: Luis Núñez Ladevéze y Teresa Torrecillas Lacave

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo (Madrid), 26 de febrero de 2020

Tribunal:

Presidente: Julio Montero Díaz (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: Claudia Madeira (Universidade Nova de Lisboa)

Vocal: José Antonio Ruiz San Román (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: Carmen Fuente Cobo (Centro Universitario Villanueva)

Secretaria: Tamara Vázquez Barrio (Universidad CEU San Pablo)

Calificación: Sobresaliente *Cum Laude*

Resumen: En esta tesis doctoral se realiza una investigación centrada en el fenómeno de la audiencia social en torno a un formato televisivo. La justificación del tema elegido reside en el impacto que esta audiencia tiene sobre la industria televisiva en el contexto de la convergencia mediática. La audiencia social es consumidora del contenido televisivo a través del uso simultáneo de medios y un agente proactivo en el proceso comunicativo a través de una interlocución horizontal con el programa, fundamentalmente en el entorno de los medios sociales. En este caso concreto, se demuestra cómo las nuevas formas de uso y consumo de la audiencia motivadas por la transformación digital de la sociedad modifican las estrategias y objetivos de la industria televisiva. La incorporación de los usos digitales en los hábitos de la audiencia ha dado a una nueva experiencia comunicativa y a una nueva forma de producir y consumir televisión.

Palabras clave: Audiencia social, televisión, medios sociales, convergencia mediática, netnografía.

Abstract: *In this doctoral thesis, research is focused on the phenomenon of the social audience related to a television format. The rationale for the chosen subject lies in the impact that this audience has on the television industry in the context of media convergence. The social audience is a consumer of television content through the simultaneous use of media and a proactive agent in the communication process through a horizontal dialogue with the program, mainly in the social media context. In this specific case, it is proved how the new forms of use and consumption of the audience motivated by the digital transformation of society are changing the strategies and objectives of the television industry. The adoption of digital uses in the habits of the audience has given rise to a new communication experience and a new way of producing and consuming television.*

Keywords: *Social audience, television, social media, media convergence, netnography.*