La investigación en España

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**

Ofrecer un panorama certero del estado del arte de las tesis doctorales españolas dedicadas a reflexionar sobre la comunicación y la cultura es sinónimo de consultar la Base de Datos TESEO de la Secretaría General del Consejo de Coordinación Universitaria (MEC), que recoge y permite recuperar información de las tesis leídas y consideradas aptas en todas las Universidades españolas desde 1976.

Su consulta es posible a través de una aplicación informática *on line*, http://teseo.mec.es/teseo/jsp/teseo.jsp, aunque a finales de 2007 la información relativa al año académico 2006 sólo se encontraba disponible con los primeros meses de 2007 como límite. Tal es el motivo que ha obligado a una pesquisa de estas características a basarse de forma complementaria en otra herramienta de búsqueda, que aunque también ofrece resúmenes de las investigaciones ?e incluso acceso a sus textos completos? se limita a ofrecer los resultados de las dieciocho Universidades que colaboran en esta iniciativa: TDX (Tesis Doctorals en Xarxa, www.tdx.cesca.es).

Así pues, y partiendo del reconocimiento de las limitaciones mencionadas, se aporta a continuación un listado descriptivo de los trabajos de investigación doctoral más relevantes que han visto la luz recientemente. La tipología que permite clasificarlos por grandes áreas temáticas no supone más que una organización posible de los resultados obtenidos en la búsqueda y, en cualquier caso, no hace más que dejar en evidencia el carácter interdisciplinario, pero también abierto y por momentos ecléctico, del campo de conocimiento aquí relevado.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA Y GRUPOS DE COMUNICACIÓN

El impacto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en la industria

Fundación Telefónica
Telefónica

audiovisual mexicana (1994-2002)

Rodrigo Gómez García

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona.

Analiza los diferentes impactos del TLCAN en la industria audiovisual mexicana. La investigación parte de un análisis histórico estructural que centra su atención primero en la estructura y dinámica del sistema-mundo y la economía mundo, principalmente en el rol de las industrias culturales transnacionales en el contexto del capitalismo global, y segundo en el nuevo marco que plantea la regionalización con las particularidades del TLCAN en la industria audiovisual mexicana. A continuación, se centra en la identificación de las políticas de comunicación en México y en el crecimiento económico de la industria audiovisual y su concentración, la participación de los nuevos capitales extranjeros y el rol de las instituciones públicas frente al capital privado. Al mismo tiempo, examina las intersecciones de estos temas con el consumo de los productos culturales para pensar la diversidad cultural y la construcción de ciudadanía.

La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión

María José Pérez Serrano

Departamento: Periodismo IV (Empresa Informativa) ? Universidad Complutense de Madrid.

La concentración de los medios de comunicación es un tema de actualidad e interés tanto por afectar al flujo constante del tejido empresarial como por incidir en la pluralidad de la información. Desde la perspectiva de la concentración de la propiedad y el reparto del capital social de las sociedades mercantiles propietarias de empresas informativas, la tesis estudia tres casos relevantes en el sector audiovisual y de prensa español: la concentración de *Antena 3 Radio* y *Cadena SER*, la del Grupo Correo y Prensa Española, y la de Vía Digital y Canal Satélite Digital. La investigación discurre ponderando aspectos empresariales, periodísticos, legales y las secuencias administrativas y jurídicas derivadas. Se concluye que estos procesos de concentración influyen en situaciones de predominio del mercado de la información y limitan el pluralismo informativo.

Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA (1976-2004)

Núria Almiron Roig

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación ? Universidad Autónoma de Barcelona.

Fundación Telefónica
Telefónica

Esta tesis es un trabajo original sobre la relación entre el poder financiero y el poder mediático que representan, respectivamente, la banca y los grupos de comunicación en España. La investigación describe la evolución que se ha producido en ambos sectores desde 1976 hasta 2004 y profundiza en dos casos de estudio: el grupo Santander Central Hispano (SCH) y el grupo PRISA. La investigación analiza, en concreto, la estructura empresarial, las necesidades y los intereses en el sector de la comunicación y la información del grupo SCH; la estructura empresarial, las necesidades financieras y los intereses en el sector financiero del grupo PRISA; y, en último lugar, expone la convergencia de intereses, necesidades y estructuras que tiene lugar entre el SCH y PRISA.

PRENSA: ENTRE LA HISTORIA, LAS REPRESENTACIONES Y EL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN, EL LECTOR

***Diario de León*. Un siglo de historia en prensa**

Ángel Francisco García Colin

Departamento: Periodismo III ? Universidad Complutense de Madrid.

Esta tesis, de corte histórico, comprende el periodo 1906-2004 de la historia del *Diario de León*. Analizado en paralelo al pasado de la ciudad y la provincia de León, tal recorrido que incluye además la referencia a los acontecimientos más importantes a nivel nacional e internacional, se organiza en tres etapas históricas. En primer lugar, la denominada Etapa 1 que comprende el periodo de la fundación del diario en 1906 hasta la Guerra Civil. En segundo lugar, la llamada Etapa 2 que abarca desde la Guerra Civil hasta la llegada de la Democracia y, finalmente, la Etapa 3 que, partiendo de la llegada de la Democracia, lleva el análisis hasta a principios del siglo XXI.

El baluarte de la buena conciencia. Franquismo, prensa y propaganda en La Rioja. De la retaguardia bélica al abuso de memoria

Roberto German Fandiño Pérez

Departamento: Historia Moderna y Contemporánea ? Universidad de Zaragoza.

La propuesta principal de la tesis es la de analizar cómo afectó la política propagandística del régimen de Franco al devenir cotidiano de los ciudadanos. Para ello, el reducido marco espacial elegido permite analizar aspectos relevantes para la supervivencia diaria que la propaganda agitó para legitimar al régimen e imponer a la población una mentalidad que constituye lo que el autor define como ?el baluarte de la buena conciencia?. De esta forma, los diferentes capítulos de la tesis abordan aspectos tan variados como el de la manipulación propagandística de los sucesos anticlericales, la reconstrucción nacional, el control de medios, mensajes y opinión pública, así como la deformación de la memoria histórica para ponerla al servicio de legitimación de la dictadura.

Fundación Telefónica
Telefónica

El periodismo como acción política en sociedades democráticas

Virginia Linares Rodríguez

Departamento: Periodismo I ? Universidad Complutense de Madrid

A través de un estudio analítico fundamentado principalmente en el método que propone Laurence Bardin sobre el análisis de contenido, que se organiza en tres polos cronológicos importantes (el pre-análisis, el aprovechamiento del material y el tratamiento de los resultados, la inferencia y la interpretación), se presenta un estudio sobre el periodismo como acción política en sociedades democráticas, ilustrado con el análisis de los diarios venezolanos *El Universal* y *Últimas Noticias*, y los diarios españoles *El País* y *El Mundo*, en el periodo comprendido entre el fallido golpe de estado del 11 de abril de 2002 en Venezuela y el regreso de Hugo Chávez a la Presidencia de la República.

La pedagogía social de la prensa obrera madrileña (1898-1914)

Alejandro Martínez González

Departamento: Historia de la Comunicación Social ? Universidad Complutense de Madrid

La investigación se centra en el análisis de contenido de las principales publicaciones obreras madrileñas editadas en Madrid entre 1898 y 1914, con el objeto de identificar el tipo de influencia pedagógica que podían imprimir en sus lectores. Se analizan un total de 3.773 artículos que vieron la luz en doce publicaciones periódicas, para establecer conclusiones específicas sobre la pedagogía social de la prensa socialista madrileña, la anarquista y la del sindicalismo católico, así como para ofrecer una valoración global del carácter socio-pedagógico del conjunto de esta prensa, que se definía a sí misma como obrera.

El terrorismo anarquista urbano en la prensa española (1875-1930)

Luis Izquierdo Labella

Departamento: Historia de la Comunicación Social ? Universidad Complutense de Madrid

El trabajo realiza un recorrido por los principales atentados anarquistas del periodo considerado (1875-1930) y analiza cómo aquellos sucesos fueron tratados entonces por los diarios de mayor tirada e influencia del país. Todo ello, enmarcado en el contexto histórico y social de la España de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Por otra parte, la tesis también ofrece una pequeña incursión sobre el fenómeno de la prensa anarquista, además de sobre el tratamiento periodístico que se efectuaba del fenómeno de la violencia en la época considerada.

Estilos de vida, ética y estética en los dominicales de los diarios *ABC, El País* y *La Vanguardia* (1974-1999)

Fundación Telefónica
Telefónica

María Soledad Vargas Carrillo

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación ? Universidad Autónoma de Barcelona

El objetivo de esta investigación es analizar cómo han presentado los dominicales españoles, tanto en las informaciones y artículos de opinión como en la publicidad, las transformaciones históricas, sociales y culturales acaecidas en España entre 1974 y 1999. La hipótesis fundamental es que estas publicaciones han jugado un papel fundamental en la consolidación de la sociedad de consumo en España durante esos 25 años, estableciendo modelos de conducta, estilos de vida y valores éticos y estéticos dirigidos principalmente a las elites dominantes, como una forma de identificación, y a la sociedad en general, como una forma de control. La muestra del análisis la constituyen los suplementos dominicales de tres diarios de difusión nacional, *ABC, El País* y *La Vanguardia*, publicados entre 1974 y 1999.

Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales

Núria Simelio Solá

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación ? Universidad Autónoma de Barcelona

Investiga la representación de las relaciones sociales en cuatro diarios de información general en un periodo clave de la historia española, que va desde la crisis del franquismo hasta el establecimiento de la democracia formal. Analiza todas las unidades comunicativas de 11 ejemplares completos a partir de 121 variables. El total de unidades de análisis es 3.298, repartidas entre *El País* (425), *La Vanguardia* (970), *El Correo Español / El Pueblo Vasco* (794) y *ABC* (1190). La tesis verifica la hipótesis principal, demostrando que la función de la prensa durante la transición política española fue la de legitimar el control hegemónico del debate público por parte de la clase política y de los medios de comunicación, reduciendo a la ciudadanía plural al limitado y pasivo rol de espectadora.

La construcción del derbi futbolístico Real Madrid C. F. – F. C. Barcelona en el discurso periodístico de *El País* y *La Vanguardia* entre 1996 y 2004

Antonio Isasi Varela

Departamento: Comunicación y Periodismo ? Universidad de Santiago de Compostela

Según este trabajo, la investigación desarrollada realiza tres aportaciones originales. En primer lugar, analiza cómo construyen el enfrentamiento deportivo entre los clubes Real Madrid y Barcelona los discursos periodísticos de El País y la Vanguardia. En segundo lugar, propone una definición del concepto de Información Periodística Especializada en Deporte (IPED), entendida como contexto teórico del problema de investigación. Finalmente, en función de la

Fundación Telefónica
Telefónica

base teórica ofrecida por la noción de IPED y la aportación empírica brindada por la resolución del problema de investigación, desarrolla un modelo teórico para el análisis discursivo de la Información Periodística Especializada en Deporte.

Análisis de la información sobre los conflictos africanos en la prensa española (1992-1998). Estudio de tres casos significativos: Somalia, Ruanda y República Democrática del Congo

Antoni Castel Tremosa

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación ? Universidad Autónoma de Barcelona

Esta obra ofrece una investigación sobre la cobertura informativa de tres conflictos africanos en la prensa española. Como su título indica, se trata del análisis de la información sobre los conflictos en Somalia, Ruanda y el Congo, efectuados por El *País, El Mundo, ABC* y *La Vanguardia*. El trabajo demuestra que se repiten en el discurso de los medios determinados estereotipos sobre África, entre los que destacan los de la violencia innata, la desorganización social y la pasividad. Por otra parte, se verifica que las piezas periodísticas analizadas también minimizan las implicaciones occidentales en los conflictos africanos y tratan de una manera peyorativa a algunos actores africanos.

Gestión de la calidad en la producción de producción de prensa diaria: caso aplicado *20 Minutos*

Jesús García Jiménez

Departamento: Periodismo II ? Universidad Complutense de Madrid

El trabajo de investigación tiene como objeto de estudio la dimensión técnica-productiva de la edición y producción de prensa impresa, tomando como caso de estudio a *20 Minutos*. Se parte de la base de que los procesos propiamente productivos afectan directamente al resultado final, el periódico impreso, más aún en un contexto de distintas ediciones en todo el territorio nacional. La hipótesis de partida consiste en que la implantación de una gestión de la calidad en todos los procesos implicados repercute favorablemente en la producción del periódico. La implantación de la gestión de calidad, tanto en la sección de producción de la redacción como en las plantas de impresión, es positiva y efectiva y existe normativa internacional validada que marca las pautas y es adecuada al fin perseguido.

La prensa digital: un nuevo escenario para el análisis del comportamiento del lector de periódicos

Raquel Gurrea Sarasa

Departamento: Economía y Dirección de Empresas ? Universidad de Zaragoza

Fundación Telefónica
Telefónica

En un contexto en el que cada vez más periódicos cuentan con una versión digital de sus contenidos y, de forma paralela, la lectura de noticias de actualidad es una de las tareas más realizadas a través de Internet y los periódicos digitales están cada vez mejor valorados entre los lectores habituales de diarios, existe una importante necesidad en torno al análisis y la comprensión del comportamiento de los lectores de periódicos ante la posibilidad de seleccionar el medio digital frente a la opción convencional. Ante esta situación, la investigación trata de dar un paso adelante, desarrollando sendos modelos de análisis en relación al proceso de elección de los periódicos distribuidos a través de Internet, y a la influencia de las motivaciones clave de lectura de prensa sobre la posibilidad de sustitución percibida por los lectores entre la oferta informativa digital y los periódicos tradicionales en papel.

TELEVISIÓN, CINE Y RADIO

El documental en televisión: tradición y debates en torno al documental en la genealogía de las actuales formas de no ficción

Rosa Álvarez Berciano

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad ? Universidad Autónoma de Barcelona

La tesis analiza de qué forma las nuevas producciones de no ficción televisivas se inscriben en determinadas tradiciones del documental y cómo su materialización supone una reformulación implícita de las cuestiones que han estado en el centro de la discusión en torno a la definición de documental y su inscripción en el par ficción/no ficción. Más que defender la ?cohesión territorial? de los diferentes espacios frente a las ?agresiones externas?, explora los elementos que en cada uno de ellos evidenciaron la fragilidad de esa frontera, y no tanto su dilución como su problemática afirmación. Objetivo del trabajo ha sido también convocar campos de la no ficción que, como el del periodismo televisivo, no suelen comparecer en los estudios del documental, estableciendo así un puente entre discursos que se han producido habitualmente de forma separada.

La caracterización de personajes en el cine de horror clásico (1930-1950)

Sara Esther Rodríguez Mata

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad – Universidad de Málaga

Análisis del cambio y evolución de los personajes que han protagonizado el cine de horror a lo largo de las tres décadas en las que el género se gestó y desarrolló en Hollywood. En tanto se han estudiado la iluminación, la dirección artística y la banda sonora como elementos que han codificado el terror y el horror, el trabajo propone analizar en profundidad la caracterización física de los personajes como recurso imprescindible para que el horror exista como tal. Se trata, por tanto, de una tesis centrada en el maquillaje y la caracterización, en la que se analiza la evolución estética de los personajes que pueblan esta cinematografía (como Drácula,

Fundación Telefónica
Telefónica

Frankenstein o Dr. Jekyll y Mr. Hyde), para demostrar que sin caracterización no existe horror y que ello es precisamente lo que enmarca a tales películas realizadas en Hollywood hasta los años cincuenta en el género de horror (distinto del cine de terror).

Una propuesta de estudio y catalogación del cine mudo español desde 1896 a 1920

José Antonio Bello Cuevas

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad I ? Universidad Complutense de Madrid

Por una parte, el trabajo recoge la presentación del cinematógrafo en España, sus inicios, desarrollo e implantación como espectáculo de masas. Por otra, efectúa una propuesta de estudio y catalogación reseñando 1.271 fichas de películas, documentales y reportajes rodados y producidos en España, entre 1896 y 1920. Aunque se advierte que no se pretende entrar en el debate de cómo hacer una Historia del Cine Español, se señala que el mérito del trabajo es ser el mayor catálogo de este tipo confeccionado hasta el presente, y que se ha efectuado constatando, ratificando e incrementando los datos recabados con los reseñados en la base de datos del ICAA, los proporcionados por las diferentes Filmotecas del Estado Español, el fichero de la Filmoteca Española y las diferentes filmografías publicadas.

Historia del Cine en Málaga: los rodajes cinematográficos (1909-2005)

Fernando Ventajas Dote

Departamento: Historia Moderna y Contemporánea – Universidad de Málaga

Investigación enmarcada en la línea de estudios locales, provinciales y regionales de Historia del Cine, se presenta como una valiosa aportación tanto para el conocimiento de la relación que ha mantenido y mantiene Málaga con la cinematografía, como para un futuro y documentado estudio regional sobre la Historia del Cine en Andalucía. La tesis, que se presenta en dos tomos, está organizada en una primera parte dedicada a los largometrajes argumentales o de ficción que se han rodado en la provincia malagueña, desde las primeras películas documentadas en los años 1920 hasta diciembre de 2005. La segunda parte se centra en las producciones de ficción y biográficas grabadas para televisión (principalmente telefilmes y series), mientras que la tercera recoge los reportajes, documentales y cortometrajes cinematográficos.

***Radio España Independiente,* la voz de la esperanza antifranquista**

Luis Zaragoza Fernández

Departamento: Historia de la Comunicación Social ? Universidad Complutense de Madrid

La investigación reconstruye la historia de *Radio España Independiente – Estación Pirenaica*, emisora clandestina dirigida por el Partido Comunista de España que transmitió hacia nuestro

Fundación Telefónica
Telefónica

país desde el 22 de julio de 1941 hasta el 14 de julio de 1977, primero desde la Unión Soviética y después desde Rumania (a partir de 1955). La tesis analiza en qué etapas puede dividirse su trayectoria y por qué, además de quiénes trabajaron en ella y cuándo lo hicieron, cómo fue modificándose su programación y su estilo, cuál fue la evolución de su audiencia, qué acontecimientos de la historia del franquismo y del PCE la influenciaron más y en cuáles desempeñó un papel más destacado; qué propósitos o fines permanecieron constantes en sus 36 años de vida y, finalmente, cómo ha pervivido en la memoria colectiva de los españoles treinta años después de su clausura.

Línea COPE: Génesis, desarrollo y futuro del único editorial de la radio española

Santiago Chivite Mavascués

Departamento: Periodismo I ? Universidad Complutense de Madrid

La tesis parte de la existencia de un editorial radiofónico, llamado Línea COPE, que resulta ser el único existente en España. Estudia los orígenes, desarrollo y futuro de este microespacio editorial, de apenas dos minutos de duración, que está en antena ininterrumpidamente desde hace veinte años, a la par que refleja las peculiaridades de la emisora que la hacen excepcional en el panorama radiofónico español actual. Para ilustrar el análisis la tesis transcribe y analiza los editoriales de un mes, a fin de conocer sus formas de argumentar, sus ideas-eje, sus modismos y también su ideología. Sus conclusiones dibujan las entrañas de la *Cadena COPE* y las relaciona con el actual proceder de las demás emisoras, en las que la existencia de programas editorializantes y la tendencia al editorial en muchos de sus presentadores contrastan con la resistencia de las empresas a tener su propio editorial.

Crisis en el modelo de la radiodifusión internacional y en la programación en castellano y catalán hacia Europa (1978-1998). Cronología de los programas internacionales en lengua catalana del siglo XX

Cinto Niqui Espinosa

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad ? Universidad Autónoma de Barcelona

El objeto es aportar un estudio profundo sobre el cambio en el modelo de la radiodifusión internacional a finales del siglo XX. Se describe, de forma general, cómo han vivido las emisoras internacionales los últimos años del periodo considerado (cómo les han afectado los cambios políticos, económicos y tecnológicos que se han producido), para después presentar un análisis dedicado a cuantificar y valorar: cómo cambió el volumen total de emisión de la radiodifusión internacional en el periodo 1978-1998 y, más específicamente, cómo cambió el volumen de programación en lengua castellana de las emisoras hacia Europa. Por su trascendencia, se presenta una cronología general de todas las emisiones internacionales hechas en lengua catalana durante todo el siglo XX.

PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Fundación Telefónica
Telefónica

La otra cara de René Magritte, el publicista. Un análisis de contenido de los anuncios del dominical de El País (1995-2005)

Marta Mensa Torras

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad ? Universidad Autónoma de Barcelona

Investiga la relación entre el arte de René Magritte y la publicidad actual. Se pretende descubrir si durante un periodo de tiempo determinado se detecta una permanencia del arte magrittiano en piezas gráficas y, por lo tanto, se puede determinar la existencia de una ?publicidad magrittiana?. Para confirmar este objetivo, se utiliza la metodología del análisis de contenido con una muestra de 6.360 anuncios editados en la publicidad impresa del dominical español *El País Semanal* (*El País*). A la vez, se realiza un recorrido comparativo entre las etapas pictóricas y publicitarias del artista belga, haciendo una especial mención a los objetos recurrentes que forman parte del llamado abecedario magrittiano

La publicidad exterior. Nuevos modelos para una planificación eficaz

Eva Breva Franch

Departamento: Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad ? Universidad Jaume I de Castellón

La publicidad exterior vive un momento de importantes transformaciones a todos los niveles: desde un cambio generacional a nivel de los profesionales que trabajan el medio, hasta un cambio en los sectores que invierten en él. Esta evolución está muy ligada a la aparición de una herramienta de medición de la audiencia del medio exterior, geomex, que ha permitido la incorporación de un nuevo concepto de medio y una nueva manera de trabajar para todos los agentes implicados. En esta investigación se hace un recorrido por todos y cada uno de los factores influyentes en el desarrollo de un sector como es el exterior, con la finalidad de poder detectar sobre qué factores hay que incidir para que el medio encuentre su lugar natural dentro del mercado publicitario.

***eBranding.* La creación de marca digital en la era de la conectividad**

Gemma Vallet Saavedra

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad ? Universidad Autónoma de Barcelona

La investigación tiene como objeto explorar si las empresas desde sus estrategias de comunicación online y contenidos corporativos y de marcas en la Red, adoptan o no una clara estrategia de marca digital y si su puesta en escena en la red evoluciona hacia la era de la conectividad. Explora, a su vez, si las agencias de comunicación convencional o las empresas especializadas en comunicación digital o interactiva conocen las exigencias del nuevo mercado y en qué grado contemplan el *eBranding* en su metodología de trabajo. Asimismo, se realiza un

Fundación Telefónica
Telefónica

breve recorrido por la historia de Internet como canal comercial y de comunicación, lo que permite contextualizar el *eBranding* y la era de la conectividad.

La continuidad televisiva en la era digital. Nuevos discursos publicitarios de expresión de Identidad Corporativa. El nacimiento de Cuatro

Cristina Gonzalez Oñate

Departamento: Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad – Universidad Jaume I de Castellón

Las cadenas de televisión han creado nuevos discursos publicitarios con el objetivo de comunicar su marca. El objetivo del desarrollo y gestión de este tipo de comunicación corporativa de las empresas audiovisuales es ofrecer diferenciación por medio de la transmisión de valores emocionales que buscan una identificación con el teleespectador con el fin de generar fidelización. En este marco comunicativo-televisivo, la tesis estudia el caso de la cadena televisiva *Cuatro* por su interés como modelo de esta nueva gestión estratégica comunicacional y la peculiaridad de ser una televisión reciente que viene respaldada por un grupo potente de comunicación. *Cuatro* llega en un momento en que el aumento de la competencia y las nuevas formas que el medio televisivo ofrece al espectador ponen de manifiesto la importancia que tiene la gestión estratégica de la comunicación corporativa.

La comunicación planificada: estudio cualitativo de las variables estructura, gestión y valores en la comunicación de las organizaciones

Francisca Morales Serrano

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad – Universidad Autónoma de Barcelona

El objeto de esta tesis es estudiar la estructura, la gestión y los valores en la comunicación de las organizaciones desde un enfoque holístico. Para avanzar en la investigación, asesorar y formar profesionales en tal campo, se sostiene que es imprescindible conocer cómo se estructura la comunicación, cómo se gestiona y cuál es su materia prima: cuáles son sus valores. En otras palabras, qué y cómo comunican las organizaciones. La investigación confirma que la comunicación está considerada como una herramienta estratégica de gestión y es uno de los principales valores intangibles de las organizaciones y presenta un modelo de gestión integral de la comunicación que permite articular la estructura y gestión de la comunicación.

La gestión de la nueva comunicación interna. Análisis de la aplicación de las tecnologías de la información en los procesos de comunicación interna de las universidades de la Comunidad Valenciana.

Francisco Fernández Beltrán

Fundación Telefónica
Telefónica

Departamento: Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad – Universidad Jaume I de Castellón

La hipótesis de la que parte esta investigación es que las Tecnologías de la Información y la Comunicación suponen un cambio sustancial en la forma de entender la comunicación interna en las organizaciones. A partir de ahí, se plantea un modelo de gestión de la nueva comunicación interna que toma como eje central los portales corporativos y que se confronta con la experiencia en este ámbito de las siete universidades de la Comunidad Valenciana, a través de un análisis en profundidad de la práctica cotidiana en cada uno de estos centros. La radiografía que así se obtiene del sector permite luego revisar el modelo de gestión propuesto sometiéndolo a un proceso de confrontación con un panel de expertos. Así, el trabajo llega a un modelo validado que plantea cómo integrar los nuevos medios en la gestión de la comunicación interna.

Fundación Telefónica
Telefónica