Consolidación y continuismo

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**

PERIODISMO

La información de proximidad en la radio pública estatal: las transformaciones de *Radio 5*
José María Chomón Serna
Departamento: Ciencias Históricas y Geografía, Universidad de Burgos (UBU)
La radio pública estatal ha mantenido durante décadas una clara vocación por la información y los contenidos de proximidad. Sin embargo, la reestructuración de RTVE (2006) ha supuesto el abandono de la vocación por la proximidad, de tal forma que en *Radio 5*, de 23 boletines locales diarios y 24 autonómicos se ha pasado a un único espacio local de 15 minutos que se emite a primera hora de la mañana. A partir de una muestra de más de trece mil informaciones, el estudio contabiliza la presencia de la información de proximidad en la radio pública estatal, determina y cuantifica el tipo y las clases de informaciones que se ofertan en los ámbitos local, autonómico, nacional e internacional (análisis temático), establece los cambios en la estructura de la emisora motivados por el ERE de 2006 y da cuenta de los impactos sufridos como consecuencia de los cambios introducidos en la organización empresarial y en la programación.

La convergencia en els gabinets de premsa i comunicació: les oficines especialitzades en seguretat viària
Sonia González Molina
Departamento: Comunicación, Universidad Ramon Llull (URL)
La convergencia ha desencadenado en los gabinetes de prensa y comunicación un conjunto de cambios que afectan a los mecanismos de producción informativa, a los canales de distribución y al perfil profesional de los periodistas que allí trabajan. El motor de estas transformaciones ha sido la tecnología digital, que favorece la aparición de nuevas fórmulas productivas. La investigación se basa en la experiencia de los gabinetes de las principales fuentes de información institucional existentes sobre tráfico y seguridad vial: el SCT y el RACC (Catalunya), la Dirección de Tráfico (País Vasco) y la DGT (España). El trabajo de campo, que combina entrevistas a responsables y trabajadores de los organismos estudiados, así como a los periodistas especializados en esta área, se refuerza con observaciones a los escenarios vinculados a las fuentes y los informadores y con el análisis de la documentación por ellos producida.

Relaciones entre periodismo y literatura en la obra de García Márquez: historia, mito y violencia
Moisés Limia Fernández

Fundación Telefónica
Telefónica

Departamento: Ciencias de la Comunicación, Universidad de Santiago de Compostela (USC)
La literatura y el periodismo mantienen y han mantenido históricamente una relación marcada por la controversia. La tesis demuestra que los vínculos y conexiones entre una y otra actividad se remontan muy atrás en el tiempo y tienen sistematicidad. Se reivindica, pues, la vigencia de esta tradición mediante una extensa nómina de autores que se han dedicado al periodismo y de periodistas que han practicado la literatura y el estudio analítico de sus creaciones. Más específicamente, se aborda el estudio de las relaciones entre literatura y periodismo en Gabriel García Márquez. Para ello se analiza el caso extremo y fronterizo del proyecto de novela 'La violencia', que finalmente se desgaja en dos obras: *El coronel no tiene quien le escriba* y *La mala hora*. Mediante el análisis de contenido y el estudio comparado de ambos textos se determina, finalmente, su condición literario-periodística.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Emocions i publicitat. El lligam emocional entre el receptor i l'emissor de la publicitat
Núria Puig Borràs
Departamento: Filología y Comunicación, Universidad de Girona (UdG)
La obra analiza y pone en relación, desde un punto de vista teórico, la función del sistema emocional y los procesos de comunicación publicitaria, buscando la interrelación de la publicidad con las emociones del receptor del mensaje publicitario. De ahí que busque en la estética y el arte, más concretamente en la pintura, los recursos expresivos que permiten a la publicidad establecer un vínculo emocional con el receptor. Se pretende demostrar que la publicidad ejerce influencia sobre el receptor siempre por la vía de las emociones. Por ello se propone: desplegar un mapa conceptual amplio que permita obtener una visión integradora, proporcionar una mayor comprensión de la complejidad de las emociones y del proceso de la comunicación publicitaria y poner en relación diversas disciplinas con el hilo conductor de las emociones y la función que estas desarrollan en la recepción de los mensajes publicitarios.

El análisis de la calidad de las relaciones en el ámbito de las Relaciones Públicas. Aplicación de un modelo global de auditoría de Relaciones Públicas a la sociedad municipal 22@ del Ayuntamiento de Barcelona
Joan Cuenca Fontbona
Departamento: Comunicación, Universidad Ramon Llull (URL)
A partir de una síntesis de las diversas aportaciones sobre el marco conceptual de la auditoría de relaciones públicas, se busca responder a la pregunta de si es posible justificar la actuación de las Relaciones Públicas y, a la vez, contrastar la hipótesis de que se puede medir tal la actuación. Para ello se propone un modelo hipotético de auditoría global de relaciones públicas aplicable a la calidad de las relaciones entre la sociedad municipal 22@ del Ayuntamiento de Barcelona y el colectivo de empresas que forman el clúster TIC del barrio de Poblenou de Barcelona. Una de las principales conclusiones a las que se llega es que se debe medir exactamente la calidad de la relación que estimula la actividad de relaciones públicas entre una organización y sus públicos, puesto que se confirma que este es el cometido de la disciplina.

La transformació de territoris en marques: el reconeixement i la diferenciació d'identitats espacials en temps postmoderns. Un estat de la qüestió
Jordi de San Eugenio Vela

Fundación Telefónica
Telefónica

Departamento: Comunicación, Universidad Pompeu Fabra (UPF)
En un contexto de competencia entre países, naciones, ciudades y regiones para captar recursos, talento, infraestructuras o eventos, los territorios ceden sus proyecciones habituales de identidad territorial a una recién llegada identidad simbólica, gestionada en parte mediante la transformación de territorios en marcas. La determinación de un estado de la cuestión con voluntad holística, que incorpore y a la vez ordene lo que se ha dicho y lo que se ha hecho al respecto, con el fin de situar en perspectiva las implicaciones inherentes a la construcción de marcas (*branding*) para los espacios geográficos, es uno de los objetivos principales de este trabajo, mediante una revisión interpretativa y crítica de la literatura existente vinculada a las marcas de territorio, una consulta a un panel de expertos (método Delphi) y el estudio de tres marcas de territorio (Lluçanès, Priorat y Vall de Camprodon) a partir de grupos focales de discusión.

Impacto de las TIC en la comunicación corporativa e institucional
Jaime Vicente de la Fuente Martínez
Departamento: Periodismo II, Universidad Complutense de Madrid (UCM)
Internet ha pasado de herramienta ocasional y cuasi experimental a ser un elemento clave e imprescindible para el desarrollo de los trabajos y actividades de nuestro entorno. Precisamente por ello es muy importante hoy el estudio de la comunicación en las organizaciones e instituciones que incorporan las nuevas tecnologías. En tal sentido, la tesis analiza en siete capítulos en qué medida han cambiado los modelos tradicionales de comunicación corporativa e institucional con la aplicación de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Con este objetivo se analizan el flujo informativo y su utilidad para las instituciones y organizaciones, para lo cual se observan el diseño y comportamiento de la comunicación institucional, así como sus canales de distribución y su valoración objetiva.

NOTAS

1 La recopilación se efectúa de manera sistemática a través de la base de datos TESEO, dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (*http://www.educacion.gob.es/teseo*), que recoge y permite recuperar información de las tesis consideradas aptas en todas las universidades españolas.

La consulta de las investigaciones pertenecientes al ámbito de la comunicación y la cultura registradas más recientemente en España[1] revela un aumento significativo en el número de tesis leídas, en comparación con el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, el conjunto ofrece pocas sorpresas: continuidad (de temas, perspectivas, recortes, aproximaciones metodológicas…) es la palabra que mejor refleja el estado de situación. Esta entrega, en cualquier caso, pretende subrayar que, aunque entre los trabajos predomina el análisis de contenido, en estrecha conexión con el interés por las narrativas, representaciones y efectos desplegados por los medios de comunicación, entre los objetos de estudio se consolida al fin el interés por los videojuegos, las identidades y los territorios subnacionales.

AUDIOVISUAL

Fundación Telefónica
Telefónica

Cultura y visualidad: la teoría cultural y el giro visual

Sergio Martínez Luna
Departamento de Humanidades: Filosofía, Lenguaje y Literatura, Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)

Trabajo que parte de la idea de que la cultura contemporánea ha de entenderse a la luz de las transformaciones en la imagen y los imaginarios contemporáneos. Se insiste en que este nuevo escenario demanda el abandono de definiciones esencialistas, tanto de la visualidad como de la cultura, para reorientar el análisis cultural hacia las formas en que se recurre a ambos conceptos en diferentes discursos. Así, se parte de la definición temprana de cultura que propone la Antropología Social y Cultural decimonónica para, finalmente, estudiar el proyecto de renovación de la Teoría de la Cultura que encarnan los estudios culturales. La evolución de estos en los últimos años conduce, a su vez, al problema del estatuto de la cultura en la contemporaneidad y la reorientación de la teoría y el análisis cultural.

Situacions Cinematogràfiques: Debord, Bresson, Cinéma 68

Adolfo Oriol Diez Ferrer
Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad I, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Se persigue contraponer y fundamentar las nociones de ‘situación cinematográfica’ y ‘cine espectáculo’ como instrumentos conceptuales teórico-prácticos válidos para el estudio de cualquier fenómeno cinematográfico y, por extensión, social o comunicativo. Para ello se recurre a las producciones cinematográficas de Robert Bresson y Guy Debord, así como a sus escritos teóricos. La investigación se desarrolla en dos partes: la primera lleva a cabo un análisis en paralelo de sus contribuciones, mientras que la segunda analiza sus aportaciones teóricas y prácticas. Un apartado resumen sirve de transición hacia el bloque dedicado al denominado Cinéma 68, de modo que esto sirve para enlazar a los dos autores estudiados con el contexto cinematográfico-social en el cual se enmarca su actividad cotidiana y cinematográfica, así como para poner de relieve sus múltiples resonancias en la cinematografía francesa.

La protección de la juventud y la infancia como límite a las libertades informativas en los medios audiovisuales

Juan María Martínez Otero
Departamento: Derecho Constitucional, Ciencia Política y de la Administración, Universidad de Valencia (UV)

En un escenario audiovisual cambiante, el Derecho está llamado a proteger a los más débiles frente a posibles excesos en el ejercicio de las libertades informativas. Los menores ocupan, al respecto, una posición especial, tal y como reconoce expresamente la Constitución española en su artículo 20. La pesquisa aborda el desarrollo legislativo que la mencionada cláusula ha merecido tanto a nivel estatal como internacional y autonómico, sin olvidar la existencia de un importante cuerpo autorregulatorio. El estudio recoge tanto la normativa aplicable a todos los medios de comunicación audiovisuales como aquella específica a cada uno de ellos. De modo que, junto con la regulación de los medios tradicionales (radio, televisión, cinematografía), se analiza la de los medios de más reciente aparición (videojuegos, Internet, redes sociales, dispositivos móviles).

El videojuego como herramienta educativa en entornos de aprendizaje informal

Fundación Telefónica
Telefónica

Laura Tapia Meléndez
Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad II, Universidad Complutense de Madrid (UCM)
La tesis indaga sobre el potencial educativo de los videojuegos. Partiendo de la hipótesis de que los videojuegos narran historias, se pretende demostrar que en sus contenidos aparecen representados una serie de valores, algunos de los cuales habrían de ser asimilados por el jugador para superar los objetivos del juego. A la muestra, conformada por 30 videojuegos de las consolas Nintendo Wii y Nintendo DS, bajo criterios de reconocimiento, adecuación y diversidad, se le han aplicado dos técnicas de análisis diferentes: narrativa, caso por caso, y de contenido, para la medición de valores (intelectuales, sociales, morales, de la voluntad, afectivos, estéticos y económicos). Se concluye que los videojuegos narran historias de un modo diferente a otras obras audiovisuales y que en dichas historias aparecen representados determinados valores, algunos de los cuales han de ser asimilados para participar y ganar.

La protección jurídica de los servicios de acceso condicional
Mª del Mar Moya Fuentes
Departamento: Derecho Internacional Público y Derecho Penal, Universidad de Alicante (UA)
Trabajo de investigación que ofrece una interpretación dogmática de los delitos contra los servicios de radiodifusión e interactivos de carácter condicional (art. 286 del Código Penal), introducidos como novedad por la Ley Orgánica 15/2003, de reforma del Código Penal, en la sección 3ª del Capítulo XI del Título XIII, denominada de los delitos relativos al mercado y a los consumidores. Esta modificación responde a la necesaria trasposición al derecho interno español de la Directiva 98/84/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, relativa a la protección jurídica de los servicios de acceso condicional o basados en dicho acceso (1998). Se estudian estos delitos con la delimitación del concepto de servicio de acceso condicional y el examen de la normativa comunitaria e internacional relativas a su protección, ya que constituyen antecedentes legislativos del art. 286. Seguidamente, se analizan sus diferentes tipos de injustos.

Fundación Telefónica
Telefónica