



Universidad de Valladolid

CURSO 2019-2020

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Resúmenes TFG

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, de América,
Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad
Fecha defensa: 9 y 10/07/2020**

TÍTULO: La mirada delatora de Gervasio Sánchez. El hombre y sus conflictos a través de la cámara.

Autora: Paula Mallo Martínez

Tutora: Nereida López Vidales

RESUMEN:

Pérez-Reverte (1994) afirma: “El horror puede vivirse o ser mostrado, pero no puede comunicarse jamás” (p.114), refiriéndose a lo complicado de mostrar la realidad que se vive en zonas de conflicto. Pero la fotografía permite que la sociedad pueda ser testigo de acontecimientos difíciles de explicar si se narrasen únicamente de forma escrita. Además, permite que estos hechos sean almacenados y recordados en cualquier momento y en cualquier lugar del mundo.

Esta investigación se basa en analizar en qué consiste el periodismo gráfico de guerra y qué efectos tienen estas imágenes sobre la sociedad por medio de la experiencia personal, de la manera de entender la profesión y de la forma de mirar a través de la cámara de Gervasio Sánchez, fotoperiodista independiente que lleva casi cuatro décadas documentando el dolor de las víctimas de los países en conflicto.

La metodología empleada combina técnicas de análisis de contenido cualitativas, entre ellas, la realización de una entrevista en profundidad a Sánchez.

El propósito de este trabajo es, una vez resueltas las hipótesis planteadas de entrada, mostrar de manera completa, mediante un documental, la trayectoria de Gervasio Sánchez, uno de los periodistas de conflicto más prestigiosos de España y con proyección internacional.

PALABRAS CLAVE:

Fotoperiodismo, fotografía, Gervasio Sánchez, conflictos armados, guerra

TÍTULO: Detrás del objetivo: Making of de Supervivientes

Autora: Sandra Donda Merino

Tutora: Nereida López Vidales

RESUMEN

Supervivientes es un reality show producido por Mediaset España y Bulldog TV, que consigue audiencias récord en la actualidad. Este formato híbrido en el que la realidad se convierte en espectáculo televisivo comienza en España de la mano de Telecinco en el año 2000. En Europa la televisión nace fundamentalmente como servicio público, pero también aparecen cadenas importantes con carácter comercial, como es el caso del actual Grupo Mediaset, creado en España en 1989, de la mano de Silvio Berlusconi, el Grupo Anaya y la Fundación ONCE.

Durante tres meses, unos quince concursantes deben sobrevivir en una isla desierta en esta producción realizada entre dos países a 8.000 kilómetros de distancia: España, en Europa, y Honduras, en América Central. Pero, ¿cómo se gesta el programa?, ¿cuándo comienza su puesta en marcha?, ¿cómo es el equipo profesional que hace posible esta mega producción y cuál es su papel en cada emisión? El proyecto profesional de este Trabajo Fin de Grado, un reportaje audiovisual con entrevistas a varios profesionales de televisión, da respuesta a todas estas incógnitas y evidencia el esfuerzo y el proceso técnico que supone realizar una producción de esta envergadura y que no es visible para el espectador.

PALABRAS CLAVE

Televisión, making of, reality show, telerrealidad, Supervivientes, Telecinco, Mediaset España

TÍTULO: Reportaje radiofónico: La información científica en tiempos de COVID-19

Autor: Víctor González Puente

Tutor: Nereida López Vidales

RESUMEN:

El reportaje radiofónico La información científica en tiempos de COVID-19 busca despertar el pensamiento y la conciencia reflexiva del oyente sobre la importancia de la investigación en materia científica y social, además de la necesidad de transcripción a un lenguaje comprensivo de dicho conocimiento para que este permee y sea digerible por cualquier individuo constituyente de la sociedad.

La pandemia causada por la COVID-19 deja al descubierto ciertos desajustes relacionados con el tránsito de información de carácter investigativo a diversas escalas sociales.

A través de las valoraciones de diversos expertos en materia científica, investigativa, docente y mediática, el radio-reportaje pretende hacer ver al oyente que, aunque la investigación no sea algo tangible o perceptible de forma inmediata, es una herramienta fundamental y necesaria para garantizar la prosperidad, la seguridad, y, en situaciones críticas, la vida de las personas.

PALABRAS CLAVE: COVID-19, conocimiento científico, comunicación, cultura científica, investigación, cooperación internacional.

TÍTULO: La Red Clandestina.

Autor: Pablo Solanas Soriano

Tutor: Nereida López

RESUMEN:

Este trabajo de Fin de Grado consiste en la producción de una ficción radiofónica basada en los tópicos de las distopías futuristas. Debido a la extraordinaria situación que hemos vivido por la llegada del coronavirus, la historia plantea un futuro cercano en el que un gobierno totalitario controla la vida de los ciudadanos, confinados desde su nacimiento hasta su muerte. La protagonista de esta historia es una locutora que, harta de la situación, decide rebelarse y emitir desde una radio clandestina. El formato elegido para esta producción es el radioteatro, siguiendo el estilo narrativo del podcast clásico ya que en España es un formato escaso en términos de ficción.

Palabras clave: Radioteatro. Ficción distópica. Totalitarismo. Podcast.

TITULO: El impacto de la publicidad de las casas de apuestas en el principal programa deportivo radiofónico en España: Carrusel Deportivo, de la Cadena SER

Autor: Guillermo Gallegos Gómez

Tutor: Nereida López Vidales

RESUMEN

La presente investigación analiza la presencia de anuncios de casas de apuestas en el programa deportivo radiofónico líder de audiencia en España, el Carrusel Deportivo de la Cadena SER, en las retransmisiones de encuentros de LaLiga, primera división del fútbol español, desde la primera jornada hasta la 27a. Se recurre en el estudio a la metodología del análisis de contenido a través de la elaboración de una ficha de análisis que permitirá conocer el número de anuncios en función de su temática y su duración, entre otras categorías. La investigación cuenta con una muestra de 27 jornadas analizadas, 54 encuentros en total, 108 horas de radio en las que se han estudiado 1.452 anuncios. Los resultados y las conclusiones muestran cómo los anuncios de casas de apuestas tienen una gran representatividad en el Carrusel Deportivo de la Cadena SER, tanto en cantidad como en duración.

PALABRAS CLAVE: Publicidad; Radio; Casas de apuestas; Anuncios; Carrusel Deportivo; Cadena SER.

Título: Los Viernes Negros de RTVE

Autora: Cristina Corbillón Gómez

Tutora: Nereida López Vidales

RESUMEN:

Los periodistas de RTVE en Torrespaña y en las demás delegaciones territoriales, venían exigiendo desde hace un tiempo una regeneración democrática y profesional en sus servicios informativos y en la cúpula de la empresa. Cansados de que radiotelevisión española estuviese bloqueada por el Partido Popular, etapa en la que Mariano Rajoy Brey era presidente del Gobierno, a la no renovación del presidente y del Consejo de administración del Ente público y de que la información tuviese que jugar a su favor, los profesionales de la Corporación pública decidieron vestirse de negro desde el 27 de abril hasta el 12 de julio de 2018 como señal de protesta al no poder ofrecer a la ciudadanía una información independiente, plural y veraz. A través de la figura de periodistas de RTVE, Lorenzo Milá Mencos, Almudena Ariza Núñez, Alejandro Caballero Mateos, José Luis Regalado Suárez, Rosa Correa Fernández y Carmen Domínguez Jiménez, conocemos cómo han surgido esas movilizaciones, de qué manera se orquestaba la manipulación en RTVE y cómo ha cambiado el Ente público una vez que Rosa María Mateo se convierte en administradora única provisional.

Palabras clave: RTVE, viernes negros, manipulación, bloqueo y periodistas.

Título del TFG: Mujeres a contracorriente. Pioneras del periodismo de investigación en España

Autora: Sara Rincón Villar

Tutora: Nereida López Vidales

RESUMEN:

El periodismo de investigación es una modalidad periodística que exige tiempo y dedicación para defender la transparencia democrática y sacar a luz casos a menudo ocultos e invisibles. Las periodistas españolas fueron y son pioneras de este. Sin embargo, los acontecimientos transcurridos en España a lo largo del siglo XX han impedido conocer la perspectiva de las mujeres como periodistas de investigación. Este documental pretende hacer un recorrido por las principales figuras referentes en este campo del periodismo y reflejar los logros de estas periodistas durante el siglo XX hasta la actualidad.

Palabras clave: Periodismo de investigación, mujeres, pioneras, periodistas, España, documental audiovisual.

Enlace: <https://youtu.be/6mfVHs8NnBc>

TÍTULO: Reggaetón. La evolución de un género clandestino

Autora: Elisa Cardenal Arenas

Tutoras: Nereida López Vidales y Leire Gómez Rubio

RESUMEN

El reggaetón es un género musical que ha llegado a lo más alto. El impacto mundial que está teniendo en la sociedad es indiscutible, también en España. Este estilo de música urbana se ha convertido en el 'pegamento' que ha unido la cultura latina con la española. Suena en el teléfono móvil de los más jóvenes, en los locales de moda y es la música de fondo en cualquier red social. Analizamos el papel de figuras clave como el cantante Daddy Yankee, padre por excelencia del movimiento urbano en español.

Pasado, presente y futuro de un género que ha crecido rodeado de marginación y rechazo, y cuyo éxito siempre ha ido acompañado de polémica. Ya sea por el lenguaje explícito en sus letras, por el machismo y la cosificación de la mujer en sus videoclips, o por la supuesta efimeridad musical que muchos atribuyen al género. Analizamos el impacto de esta evolución desde varios puntos de vista: el musical, el social, el económico, el cultural, el tecnológico, el legal y el psicológico. Sin olvidar que, en el marco de la contextualización, el periodismo siempre es el mejor testigo de los acontecimientos. A pesar de la gran repercusión que está teniendo este género tan pegadizo, apenas existen estudios o tesis que avalen esta repercusión. El reggaetón, a día de hoy, se vive en las calles, no se estudia en libros.

Los tiempos cambian también para aquellos que vieron crecer el género en los ambientes más pobres de Latinoamérica. No podemos negar ni esconder una realidad que supera las expectativas. Incluso para aquellos que lo han creado.

PALABRAS CLAVE: Reggaetón, urbano, música latina, jóvenes, cultura, machismo, Latinoamérica

Título: Las imágenes del cambio climático en la prensa española: estudio de caso de El País, La Vanguardia y eldiario.es

Autor: Junior Vieira Casado

Tutores: David Vicente Torrico y Nereida López Vidales

Resumen

Cada vez es más frecuente ver cómo tanto políticos y empresas dedican parte de su tiempo al problema climático, lo que ha llevado a los medios a realizar una mayor cobertura del tema y, con ello, acercarlo a la población. Por ello, el objetivo marcado es el de analizar las fotografías que tres diarios españoles utilizan para informar sobre el cambio climático. Los periódicos elegidos son El País, La Vanguardia y eldiario.es, y serán analizados partiendo de su modalidad digital. La metodología utilizada para el análisis de las fotografías será la del análisis de contenido y partirá de 3 parámetros. El primero hace referencia al tipo de imagen, las cuáles se clasifican en fotografías, infografías, ilustraciones o montajes. El segundo corresponde al tipo de autor, y se distingue entre fotógrafo, agencia de prensa, archivo de imágenes o sin especificar. Por último, el tercero se centra en el contenido de la imagen, y diferencia entre causas, consecuencias, soluciones, personificación del cambio climático o, simplemente, un acompañamiento gráfico. En base a todo esto, hemos llegado a la conclusión de que la prensa informa de una manera muy escasa sobre cambio climático, apoyándose sobre todo en fotografías. Estas se caracterizan por una fuerte personalización del problema, a la vez que las causas, consecuencias y soluciones del problema quedan en un segundo plano. Además, comprobamos que el origen de estas es, en su mayoría, agencias de prensa. La línea editorial de cada periódico influye significativamente en su cobertura sobre noticias relacionadas con el cambio climático, a pesar de que se concluye que la actualidad política no va ligada al número de piezas climáticas del diario en cuestión.

Palabras clave: cambio climático, imágenes, prensa, análisis, cobertura informativa

Título: Análisis de la cobertura de una crisis migratoria. El caso de Open Arms

Autor: González Barriada, Ana

Tutor: Sonsoles Gutiérrez Cortés. Marta Redondo García

RESUMEN

En la última década, Europa atraviesa una crisis migratoria sin precedentes desde la Segunda Guerra Mundial. Miles de migrantes cruzan las aguas del Mediterráneo cada año huyendo de las continuas violaciones de los Derechos Humanos en sus países de origen. La ONG española Proactiva Open Arms vigila y rescata desde 2015 estas embarcaciones al borde del naufragio mediante misiones en las que, en ocasiones, viajan periodistas que documentan lo ocurrido. La presente investigación tiene como objetivo analizar la cobertura de estas actividades a través de los ojos de cinco periodistas que han acompañado a la ONG, conocer sus rutinas profesionales y determinar si estas cumplen las recomendaciones éticas en su tratamiento informativo. El estudio emplea una doble metodología de entrevistas en profundidad a las periodistas y análisis de contenido de una muestra de 30 piezas informativas elaboradas por ellas. Entre las conclusiones, destacan que las reporteras han gozado de gran independencia a la hora de realizar sus coberturas, que la Declaración Universal de los Derechos Humanos es un documento de referencia para ellas y que no siguen recomendaciones de organismos para el tratamiento ético de la migración.

PALABRAS CLAVE

Crisis migratoria; Derechos Humanos; Proactiva Open Arms; Freelancers; Ética periodística.

Título: Tratamiento informativo de el diario palentino sobre la guerra civil española (1936-1939)

Autora: Lara Arias Pajares

Tutora: Virginia Martín Jiménez

Resumen

El 17 de julio de 1936 una parte del ejército español se levanta contra el gobierno de la II República. El fracaso de dicho golpe conduce al estallido de la Guerra Civil española, conflicto que tendrá lugar hasta el 1 de abril de 1939, separando ideológica, social y económicamente a España en dos. Los autodenominados “nacionales” y los republicanos, los bandos que protagonizaron esta rebelión y que durante años sumieron a España en un “campo de minas”, terminando todo ello con la victoria del bando franquista y el alzamiento de un régimen dictatorial que durará casi 40 años. Este Trabajo de Fin de Grado pretende analizar el tratamiento informativo que sobre este conflicto bélico que sacudió a España durante 2 años y 8 meses llevó a cabo uno de los principales periódicos provinciales de Palencia, *El Diario Palentino*. Además, se pretende mostrar qué tipo de periodismo se realizó en estos años, la labor que desempeñó el rotativo y cuáles fueron las medidas que se impusieron tras la ratificación de la Ley de Prensa de 1938 de Serrano Suñez. Se trata de estudiar la perspectiva que tuvo *El Diario* ante el conflicto civil y cuál fue el papel que tomó durante estos años, como generador de propaganda o como transmisor, y si estuvo condicionado el medio a la conquista realizada el 19 de julio de 1936 por parte del regimiento de Robledo a la ciudad, milicia franquista. Se estudia la perspectiva desde la que *El Diario* mostró al conocido como bando nacional frente al republicano en el entramado bélico y si estuvo condicionado por los franquistas por encontrarse bajo control de los mismos desde el inicio de la guerra. Asimismo, ver cuáles eran los puntos en los que se centraba la atención principal del medio y la utilización de diferentes piezas para informar sobre el conflicto. Por consiguiente, observar la evolución que sufrió el medio desde el principio de la contienda hasta el final y apreciar si hay diferencias entre ambos periodos y cuales son.

**Título: El discurso sobre el “otro” de los principales partidos y líderes políticos
españoles: el caso de twitter**

Autor: Alejandro Gil Rubio

Tutora: Virginia Martín Jiménez

Resumen

Las elecciones generales celebradas el 28 de abril de 2019 tuvieron unos resultados que conformaron una nueva distribución parlamentaria no vista hasta ahora en la democracia española. Ahora eran 5 los partidos nacionales con gran representación (Partido Socialista Obrero Español, Partido Popular, Ciudadanos, Unidas Podemos y Vox). La imposibilidad de formar gobierno se tradujo en una nueva convocatoria electoral en un escenario novedoso y altamente competitivo que hacía interesante el estudio de la estrategia en comunicación política utilizada para seducir al elector. El presente Trabajo Fin de Grado se centra en uno de los aspectos de esas estrategias, el discurso sobre el “otro” entre los partidos políticos españoles; a través de uno de los foros que está tomando cada vez más importancia en la vida política: la red social *Twitter*. Así, se analizan los perfiles de *Twitter* del PSOE, PP, Ciudadanos, Podemos y Vox y los de sus candidatos a la presidencia (Pedro Sánchez, Pablo Casado, Albert Rivera, Pablo Iglesias y Santiago Abascal), concretamente de los *tweets* en los que nombran a otras formaciones políticas desde el 10 de octubre hasta el 10 de noviembre de 2019, día de la nueva convocatoria electoral, ofreciendo resultados tanto cualitativos, como cuantitativos del discurso político sobre el “otro” en *Twitter*.

.....

Título: Relato mediático de la ‘Primavera de Praga’ en el diario ‘Madrid’ durante el año 1968

Autora: María Arroyo Calderón

Tutora: Virginia Martín Jiménez

Resumen

El año 1968 se caracterizó por una gran convulsión en el panorama político, social y económico en Europa. Checoslovaquia intentaba desarrollar un ‘Socialismo de rostro humano’ para llevar a cabo una liberalización y apertura del comunismo ortodoxo implantado por la URSS en el país, este proceso fue llamado por los historiadores ‘*Primavera de Praga*’. Pero esta evolución del comunismo se vio rápidamente sofocada por la entrada de las tropas del Pacto de Varsovia en Praga, quienes descontentos por la situación que se estaba desarrollando en Checoslovaquia y la expansión de estas ideas a otros países del bloque, pusieron fin a todo intento de independencia y de libertad en el país, generando una situación de tensión entre las potencias a ambos lados del Telón de Acero y dentro de los países satélites de Moscú. Paralelamente en España los medios de comunicación intentaron desarrollar su actividad profesional al amparo de la Nueva Ley de Prensa de 1966 impulsada por Fraga que concedía una mayor libertad a las empresas periodísticas. Esto permitió que periódicos de la época como ‘*Madrid*’, liderado por Antonio Fontán con una tendencia independiente al régimen, consiguieran esquivar la censura y convertirse en un instrumento de defensa de la libertad y la democracia. Por ello, esta investigación presenta un análisis cuantitativo y de la temática de los artículos que informaron sobre la ‘*Primavera de Praga*’ en ‘*Madrid*’, el vespertino que tuvo que parar sus rotativas durante cuatro meses a causa de una suspensión en mayo de ese mismo año. Este análisis permite conocer como llegó la ‘contrarrevolución’ checoslovaca a España y como se vieron afectadas las informaciones por la Ley de Prensa, la suspensión y la evolución del acontecimiento.

Título: La prensa actual como medio de recuperación de las mujeres olvidadas de la historia: estudio de *El País* y *ABC*

Autora: Saray Hernández Barcenilla

Tutora: Virginia Martín Jiménez

RESUMEN

En los últimos años, la presencia de mujeres que vivieron en el pasado y contribuyeron en la sociedad ha ido creciendo. Cada vez más estudios e investigaciones “rescatan” a esos sujetos femeninos que fueron condenados al anonimato y es por ello, que podemos acercarnos a ellos. Algunos ejemplos son *Las Sinsombrero* que formaron parte de la Generación del 27 e impulsoras de la igualdad como Clara Campoamor o Concepción Arenal. Atendiendo a esto, esta investigación pretende llevar a cabo un estudio sobre cómo y dónde aparecen las mujeres/personalidades de la historia en la prensa y cómo los medios de comunicación, en este caso escritos, fomentan la recuperación de la memoria histórica y la presencia de las mujeres en nuestro día a día, otorgándoles por primera vez, el lugar que las corresponde. Para el análisis se partirá de la búsqueda de los conceptos “mujer/es olvidadas” y “mujer/es silenciadas” en dos periódicos con editoriales opuestas: *El País* y *ABC*.

Palabras clave: Mujeres olvidadas, prensa escrita, mujeres en la historia, feminismo, visibilidad.

Título: *DxT para todos*, una página web sobre deporte inclusivo y adaptado

Autor: Álvaro García San José

Tutora: Raquel Quevedo Redondo

Resumen: El desarrollo tecnológico y la irrupción de Internet ha motivado en los últimos años el desarrollo de un periodismo emprendedor. A pesar del gran espectro de medios de comunicación que existen, no hay ninguno a nivel nacional que dedique expresamente su información al deporte inclusivo y adaptado y a la labor que desde clubes, federaciones y asociaciones se realiza para fomentar la práctica deportiva y la inclusión social.

Con el fin de poner en valor todo ese trabajo surge *DxT para todos*, una página web elaborada con el gestor de contenido WordPress que cuenta con noticias, reportajes, entrevistas y crónicas. De esta manera se otorga visibilidad a los distintos proyectos desarrollados principalmente en la ciudad de Valladolid, pero sin perder de vista el panorama nacional.

En esta página web creada para el presente Trabajo de Fin de Grado (TFG), los lectores pueden encontrar información relacionada con el Real Valladolid; LaLiga Genuine; la Federación de Deporte Adaptado de Castilla y León (FEDEACYL); la Fundación Eusebio Sacristán; Inclusport; Fundación Grupo Norte BSR Valladolid; El Puente Salud Mental; Cetransa El Salvador Inclusivo y el VA Cáritas (equipo de balonmano del Centro Penitenciario de Villanubla). También tienen presencia en la web deportistas como el árbitro Daniel Alcaraz, Pau Gasol, Pau Navarro o Pelayo Novo. Todos ellos merecen su reconocimiento en este trabajo.

Enlace a la página web: <http://dxtinclusivo.hgardigital.es/>

Palabras clave: deporte inclusivo, deporte adaptado, discapacidad, periodismo deportivo, ciberperiodismo, página web.

TITULO: Reportaje multimedia. La expansión comunicativa del fenómeno fan del K-Pop y su salto de Corea a España

AUTORA: Iris Sánchez Sobradillo

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

Ocho mil millones de reproducciones en *Spotify* posicionan al K-Pop, música popular coreana, como la más escuchada de la plataforma. Este fenómeno, cuyas coreografías y estéticas constituyen dos de las grandes claves de su popularidad, se ha convertido desde la década de 2010 en un fenómeno global de masas impulsado por su comunidad de fans. Este *fandom*, que produce contenido propio y transforma al género en transmedia, ya está presente en España con grupos que practican *covers* de canto y baile de K-Pop.

Para conocer el trasfondo comunicativo de esta realidad, se presenta un Trabajo de Fin de Grado en formato de reportaje multimedia con el objetivo de acercar al lector una realidad comunicativa en continuo crecimiento gracias a la organización de sus seguidores a través de las redes sociales. La metodología de trabajo se centra en la revisión documental, las entrevistas y las historias de vida. Para ello, se logra reunir a dos grupos vallisoletanos de baile y una cantante gallega de K-Pop, así como una musicóloga especializada en este género y un historiador musical con experiencia en Salones del Cómic. El resultado de ello es un reportaje multimedia que, a través de una narrativa con vídeos, podcasts y visualizaciones interactivas, refleja un fenómeno comunicativo con contenidos transmedia presente ya en todo el mundo.

TITULO: Reportaje multimedia: Suicidios en la Guardia Civil: un grito de silencio

AUTOR: John Fernández Varona

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

26 guardias civiles se suicidaron de media en 2019, según la asociación UniónGC. En la década entre 2008 y 2018 se registraron 46 suicidios dentro de los propios cuarteles. La evolución de las gráficas muestra que los suicidios van descendiendo poco a poco, pero la media en la Benemérita se sitúa en 16,49 por 100.000, y tan sólo es superada por la población general en 2006 y por la Policía Nacional en 2006 y 2011. Y, excepcionalmente, cuando la Guardia Civil tiene un Plan de Prevención para los suicidios y las otras dos muestras no. ¿Qué sucede en la institución mejor valorada por los españoles según el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)? Este reportaje periodístico aspira a dar luz a una cuestión poco tratada por los medios de comunicación: los suicidios. De una forma neutral, basada en los datos y las declaraciones de expertos que han formado parte de este Cuerpo, se analizarán las últimas estadísticas y se intentará explicar cuál es la situación respecto a este tema en el Instituto Armado a través de gráficos, vídeos e hiperenlaces, siguiendo la narrativa multimedia que cualquier medio de comunicación digital emplea.

TITULO: Reportaje multimedia. La ansiedad, una enfermedad del siglo XXI

AUTORA: Esther Rodríguez González

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

Más de doce millones y medio de personas padecen ansiedad en España. Una cifra que aumentará considerablemente los próximos años, ya que los expertos alertan de que el 25% de la población mundial padecerá una enfermedad mental a lo largo de su vida. Uno de los motivos: el ritmo de vida actual tan acelerado. Pero, a pesar de que cada vez más individuos en el mundo la sufren, estas enfermedades graves siguen siendo, significativa y socialmente, poco conocidas. Bajo el titular *La ansiedad, la nueva epidemia del siglo XXI*, este reportaje multimedia tiene como objetivo contrarrestar la desinformación y, por consiguiente, con los estereotipos relacionados con este tipo de enfermedades mentales. Para ello, la metodología utilizada es la de las historias de vida, la entrevista a expertos y el cuestionario. Así se cuenta con los testimonios de dos personas que sufren ansiedad y de una psicóloga. Además, se ha realizado una encuesta de elaboración propia con una muestra de casi 800 personas (N=777) para tener datos más actualizados sobre esta enfermedad. Con todo esto se conforma el reportaje multimedia. En él las declaraciones van hiladas con vídeos, infografías e hiperenlaces para así poder contextualizar y acercar esta realidad a los lectores. Al mismo tiempo, las ilustraciones de elaboración propia permiten hacer más atractivo el trabajo periodístico.

TITULO: Reportaje multimedia. Los efectos de la desaparición de la minería en El Bierzo

AUTORA: Ainhoa Seijas Velasco

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

Desde que en los años 80 el Parlamento de Bruselas decretó el fin de la minería en España, la comarca del Bierzo ha sufrido un continuo declive que claudicó el 15 de noviembre de 2018, con el último relevo de trabajadores en el Pozo Salgueiro (Torre del Bierzo). La cultura minera que se forjó en la comarca durante más de dos siglos ha quedado reducida a 600 escombreras y un puñado de instalaciones abandonadas. Cientos de familias han perdido su sustento principal, muchos pueblos no han sabido recuperarse y otros han desaparecido. El presente reportaje multimedia se presenta con el objetivo de dar voz a los mineros de las primeras generaciones para comprender cómo era la vida en la comarca con las minas en pleno rendimiento. La metodología utilizada se ha centrado, por un lado, en la revisión documental, el análisis de datos y la búsqueda de historias de vida mediante la realización de cuatro entrevistas, en las que se recogen los testimonios de un matrimonio minero, un minero con silicosis y un alcalde minero que cuentan sus historias de vida.

El reportaje ilustra las consecuencias de una pérdida de población de 1.000 habitantes por año en la última década, visibiliza, a través de una galería fotográfica propia, el deterioro de las instalaciones mineras de la región y refleja la dificultad del Bierzo para reflotar su economía y retener a su población ante la inexistencia de planes eficaces de reindustrialización.

TITULO: Reportaje multimedia. El epicentro de la España vacía

AUTOR : Marina Rojo Rojo

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

Los municipios de menos de 2.000 habitantes conforman el llamado mundo rural, un espacio que ha perdido 112.489 habitantes desde el año 2010. Aunque este problema se expande por toda la geografía española, existen zonas que la sufren con más fuerza. Con el titular "*Un latido que se para*", este reportaje multimedia pretende ir más allá de los datos y ahondar en cómo los habitantes de estas zonas han visto avanzar sin freno la despoblación. En el presente Trabajo de Fin de Grado se presenta un marco teórico sobre las causas, las características y aquello que rodea a estos territorios. Todo ello, deriva en un reportaje multimedia que supone el broche final a la producción y, que profundiza en el asunto desde un nivel local, a uno autonómico y, finalmente, a nivel nacional. En él, se expone la vida de dos matrimonios de ancianos que habitan dos pequeñas localidades de la provincia de León con el fin de mostrar una cara más real del término España vacía y dar un poco más de visibilidad al problema. Asimismo, se cuenta con la visión de un experto, lo que unido a vídeos, fotos, hiperenlaces y gráficos integra una narrativa multimedia. Con ello, se pretende acercar a cualquier lector una realidad lejana para muchos e instar a mejorar e impulsar medidas que pongan freno a la sangría demográfica.

TITULO: Reportaje multimedia: La moda dentro de las tribus urbanas ¿mera fachada o etiqueta ideológica?

AUTORA: Claudia Rodríguez Sánchez

TUTORA: Pilar Sánchez García

RESUMEN

Las tribus urbanas, que nacen alrededor de los años 50 y se expanden hasta nuestros días, están sufriendo un proceso que está cambiando las bases de su ideología, valores, cultura y estética únicas y propias que representaban a cada una. De esta forma y como consecuencia de los diferentes cambios sociales, económicos y políticos de la actualidad, los jóvenes ya no se sienten identificados ni representados por una tribu urbana en particular y los límites que separan a unas y otras, que antes eran más inflexibles, se desdibujan hoy en día sobre todo gracias a un proceso de individualización que hace que cada joven construya su propio estilo. Además, la estigmatización de algunas subculturas juveniles, los prejuicios creados alrededor de ellos por su forma de vestir y demonización de los jóvenes, sobre todo por su ropa, por parte de medios de comunicación y otros poderes ha desembocado en un rechazo total de los jóvenes a esas antiguas etiquetas, aunque su estilo siga siendo el propio de una subcultura en concreto. En el presente reportaje multimedia titulado “Las calles evolucionan, las tribus urbanas desaparecen” se penetra en la laguna que existe entre la moda y los grupos juveniles a nivel periodístico y se toma la moda y la estética como punto a través del cual se realiza un análisis de la evolución de las tribus urbanas, dando voz a distintos jóvenes y entrevistando a expertos para conseguir una explicación sobre cómo ha sido la evolución de las subculturas juveniles hasta día de hoy.

Título: Poween: Plan de comunicación para un kit de eficiencia energética

Autora: Mar García de Fuentes

Tutora: Raquel Martínez Sanz

Resumen.

El número de empresas dedicadas a la producción energética ha aumentado durante los últimos años, y con el compromiso medioambiental actual, las ideas dentro de este sector han cambiado. El consumo responsable, el ahorro económico y la ayuda al medio ambiente se han convertido en las cualidades que los consumidores quieren en las comercializadoras, lo que se traduce en un mayor compromiso ciudadano con el planeta.

Poween es una empresa de nueva creación dedicada a este sector, que busca la eficiencia energética en los hogares a través de un kit doméstico. A través de una aplicación móvil, permite al usuario controlar los consumos de agua, luz y gas gracias a unos dispositivos domóticos instalados en su hogar. Además, contribuye a la reducción del importe en las facturas y al apoyo medioambiental. La sociedad lleva constituida desde el 3 de julio de 2019 bajo el nombre de “Earthfuture Solutions S.L.”, pero no se comercializará hasta el próximo otoño de 2020. Muchos aspectos relativos a su gestión aún no están definidos, como el diseño de su ámbito comunicativo; *Poween* no dispone de ningún medio adaptado a las circunstancias actuales que puedan propiciar el acercamiento a los ciudadanos.

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como objeto diseñar un plan de comunicación adecuado a la *startup* con el fin de satisfacer las necesidades que se le puedan plantear dentro del marco comunicativo. El mundo empresarial ha comprendido el valor de la comunicación como parte de su plan de negocio, y en la actualidad, es indispensable que cualquier proyecto gestione este aspecto. Su elaboración parte de un análisis de situación de *Poween*, donde se incluyen los ámbitos interno y externo, y un análisis DAFO donde se refleja la información obtenida. Con la planificación se incorporan las diferentes acciones que se han diseñado acordes a la empresa, y que persiguen la consecución de los objetivos establecidos en este trabajo.

TFG conjunto.

Título: Un análisis de la comunicación de los clubes de fútbol de primera división a través de Twitter

Autores: Iván Herrero Pérez y Ángel Pisano Alario

Tutora: Raquel Martínez Sanz

Resumen

Una estrategia de comunicación eficaz es un aspecto clave para un futuro próspero en cualquier empresa. Los clubes de fútbol, como “nuevas” empresa, tampoco son la excepción en cuanto a la relación de que una buena política de comunicación y marketing hará incrementar tu número de seguidores. Estas entidades tienen dos vías para crear una identidad corporativa: 1. Unos resultados deportivos exitosos 2. Crear una estrategia de comunicación reconocible en diferentes plataformas como puede ser Twitter o sus páginas webs. El objetivo primordial de este estudio es identificar las diversas estrategias de comunicación en Twitter de una muestra de los clubes que militan en la Primera División española, durante la temporada 2019/2020. Para esta meta, se ha elaborado un análisis de una selección de los mensajes en Twitter que publicaron Athletic Club de Bilbao, Club Deportivo Leganés, Real Betis Balompié y Real Valladolid durante febrero de 2020, mes previo al parón de las competiciones deportivas en España por la epidemia de la COVID-19. Para completar este análisis cuantitativo, se realizaron entrevistas a los diferentes community manager o responsables de los departamentos de comunicación de los clubes anteriormente citados. Las conclusiones muestran qué son los aspectos claves para cada club, respecto a su comunicación en Twitter, y el feedback recibido por este tipo de cuentas.

Título: La respuesta de las fuerzas de seguridad en Twitter ante el juicio del Procés

Autor: Alejandro García Rebollo

Tutora: Raquel Martínez Sanz

Resumen. El 14 de octubre de 2019 los principales líderes políticos y sociales del proceso secesionista catalán fueron condenados a penas de prisión de entre diez meses y 13 años por delitos de desobediencia, sedición o malversación de fondos públicos. Estas condenas provocaron graves disturbios en las principales ciudades catalanas y centraron la atención de los medios de comunicación nacionales e internacionales. Este Trabajo de Fin de Grado estudia la comunicación a través de la red social Twitter de los dos cuerpos de seguridad implicados en sofocar las protestas: Policía Nacional y Mossos de Esquadra. Estos dos cuerpos se vieron envueltos en una crisis exógena en la que sus perfiles en esta red social se empleaban como fuente de información y como medio para que los ciudadanos reclamaran explicaciones públicamente. La investigación se lleva a cabo a través del análisis de las publicaciones y de un número determinado de las respuestas emitidas por los usuarios entre el 14 y el 21 de octubre de 2019. A través de este estudio se aprecia que, mientras Policía Nacional enfoca esta temática como un contenido más dentro de sus publicaciones, Mossos dedica la práctica totalidad del suyo a los disturbios. La disparidad del tratamiento de la temática se aprecia en las características de las publicaciones: la policía catalana no desarrolla una estrategia de comunicación definida y, en ocasiones, se caracteriza por la precipitación. Policía Nacional, por su parte, desarrolla una estrategia comunicativa clara, generando etiquetas unitarias, dedicando publicaciones a los miembros del cuerpo desplazados y demostrando madurez comunicativa.

Título: La comunicación de las universidades en Twitter y la tercera misión de la Universidad

Autora: Ariadna Hernando Pérez

Tutora: Raquel Martínez Sanz

Resumen. Este Trabajo de Fin de Grado estudia la manera en la que las universidades públicas españolas utilizan la red social Twitter para comunicarse y de qué forma su mensaje se adapta a las exigencias de la tercera misión de la Universidad. Dicha misión se basa principalmente en la innovación y el desarrollo universitario adaptado a los diferentes avances propios de la época actual. De esta manera trabaja las dos misiones anteriores -enseñanza e investigación- en un nuevo marco tecnológico unido a temáticas como la transferencia de conocimiento, la innovación, el emprendimiento o el compromiso social. Para cumplir con el objetivo principal de la investigación se ha llevado a cabo un análisis de los perfiles de las universidades seleccionadas y de los tweets que publicaron durante la primera quincena del mes de febrero de 2020. Los resultados evidencian el modelo comunicativo que siguen para que su mensaje se integre en la comunidad universitaria y revelan la adaptación del contenido publicado a las exigencias de la tercera misión de la Universidad y por tanto de la actualidad en la que vivimos. Así mismo queda patente la existencia de un esquema de comunicación en construcción que busca crear una comunidad virtual basada en el feedback entre los miembros que conforman la institución y las propias universidades.

Título: Análisis comparado de las estrategias de generación de marca: Bodegas Pingus y Palacios

Autor: Carlos Pérez Pascual

Tutora: Patricia Duránte Stolle

Resumen:

Dentro del sector vitivinícola resulta llamativa la imagen de excelencia adquirida por algunas bodegas que han alcanzado un prestigio excepcional. Es el caso de Pingus y Bodegas Palacios, cuyo éxito no ha requerido las herramientas de comunicación habituales del sector. Los elementos determinantes han sido el prestigio personal de sus fundadores y una acertada política de selección de clientes; en un marco empresarial carente de gabinetes de comunicación o presupuestos de publicidad. Se trata de casos llamativos de aparente estrategia de no-comunicación cuyo estudio resulta de gran interés tanto desde el punto de vista de la comunicación corporativa como desde la cobertura periodística que tanto contribuye a magnificar su imagen proyectada. Este trabajo es un estudio de caso, que combina distintas técnicas metodológicas para obtener una perspectiva integral. El punto de partida es una revisión bibliográfica sobre los conceptos clave del marco teórico, completada con aportaciones relevantes para los casos de estudio extraídas de un rastreo de noticias y entrevistas realizadas a las dos firmas y sus respectivos líderes, aparecidas tanto en medios generalistas como especializados, y que aportan al marco teórico datos específicos para apoyar las conclusiones finales del trabajo. Los medios de comunicación hablan notablemente bien de ambas bodegas, de ambos fundadores y de los diversos vinos que han lanzado al mercado. Pero se trata de una atención *ex post facto*, generada por la relevancia adquirida del producto y no resultado de la iniciativa de los departamentos de ventas o mercadotecnia corporativos. Este fenómeno confirma que la no-comunicación es, de hecho, una estrategia de comunicación válida. Ambas tienen un cliente objetivo preciso, interesado en la calidad y solo de manera secundaria en el precio; lo que permite concentrar el esfuerzo en la calidad y por tanto ha contribuido a la generación de una filosofía precisa y comprensible.

Palabras clave: vino, comunicación, empresa, lujo, éxito.

Título: Análisis del consumo televisivo entre los alumnos de Periodismo de la Universidad de Valladolid

Autor: Francisco Martín Rodero

Tutora: Leire Gómez Rubio

Resumen: La televisión es y ha sido uno de los medios más influyente y más consumido por la población. En este trabajo se presta atención al consumo televisivo de los estudiantes de Periodismo de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid. Se busca conocer el número de horas consumidas de televisión, sus cadenas y programas favoritos, pero sobre todo conocer si el consumo es para obtener información o como parte de entretenimiento.

Para ello, se ha empleado un cuestionario *online* donde se evaluaron los hábitos de consumo de los estudiantes universitarios y las preferencias de contenidos, entre otras variables. Tras el análisis, se observa cómo los alumnos del Grado de Periodismo prefieren consumir contenido de entretenimiento en vez de informativo. Se muestra que sobre todo escogen ver series y programas de entretenimiento, de forma que, queda claro que su consumo en televisión va unido al pasar un rato de ocio y diversión, para alejarse de sus rutinas y su cotidianidad.

Palabras clave: cultura mediática, televisión, consumo, información, entretenimiento, socialización, universitarios.

Título: El salto invisible

Autora: Natalia Macías Iglesias

Tutora: Leire Gómez Rubio

Resumen: La falta de repercusión mediática, de apoyo social y de recursos económicos tradicionalmente ha provocado que los deportes adaptados, propios de las disciplinas deportivas que integran los Juegos Paralímpicos, tengan un escaso protagonismo entre los medios de comunicación y, a menudo, resulten eclipsados por su hermano mayor, los Juegos Olímpicos. A través de este reportaje multimedia pretendemos reflejar el largo camino que Daniel Pérez, un atleta paralímpico leonés que practica el salto de altura adaptado, deberá recorrer hasta clasificarse para poder formar parte del equipo nacional en los Juegos Paralímpicos de Tokio 2020. Acompañaremos a nuestro protagonista dando a conocer los testimonios de antiguos atletas, periodistas y técnicos especializados que perciben de primera mano la realidad de estos deportes frente a los no adaptados, en un recorrido histórico que une el hospital británico de Stoke andeville con la ciudad de León.

Palabras clave: Periodismo deportivo, Juegos Paralímpicos, León, reportaje multimedia, deportes adaptados, atletismo, Tokio 2020

Título: Entre el sensacionalismo y la información: análisis del caso Alcàsser y el caso Diana Quer

Autora: Marina Pérez García

Tutora: Leire Gómez Rubio

Resumen: En la década de los 90 la ruptura del monopolio público de la televisión supuso la entrada de canales privados en España, lo que provocó una variedad de contenidos en la parrilla televisiva y la lucha por las audiencias se convirtió en algo primordial para sobrevivir en este mercado tan competitivo. Para captar la atención de millones de televidentes se introdujeron formatos que habían tenido éxito en otros países, programas en los que se abordan temas de actualidad impactantes, acontecimientos sobre la vida íntima de personajes públicos y sucesos morbosos, lo que se conoce popularmente como telebasura. Muchos expertos señalan que el nacimiento de este tipo de programación en España se produjo tras el asesinato de Toñi, Miriam y Desirée, más conocidas como las niñas de Alcàsser. Las jóvenes desaparecieron en noviembre de 1992 y se hallaron sus cuerpos sin vida en enero de 1993. Las principales cadenas de televisión se volcaron por completo en este caso del que se hizo un tratamiento mediático sin precedentes y tuvo en vilo al país entero durante varios meses. Otro caso más reciente que también ha ocupado muchas horas en los programas ha sido el caso de Diana Quer, que desapareció en agosto de 2016 y tras más de un año desaparecida se halló su cadáver en un pozo en un pueblo de Galicia.

En este Trabajo de Fin de Grado se procede a analizar cuatro programas especiales dedicados a estos casos: *Quién sabe dónde*, *De tú a tú*, *La Mañana de la 1* y *El Programa de Ana Rosa*. A través del análisis de contenido el objetivo es señalar la posible falta de ética periodística con la que se han tratado estos casos. En los resultados se detallan las técnicas periodísticas que se emplean en estos programas como el sonido, la imagen, el lenguaje televisivo, la presencia de invitados y de los presentadores, todas ellas encaminadas a mantener la atención del telespectador.

Palabras clave: Sensacionalismo, televisión, programas, Alcàsser, Diana Quer

Título: Reportaje multimedia sobre el periodismo móvil ('MOJO'): un nuevo paradigma periodístico

Alumna: Clara Pino Bravo

Tutora: Dunia Etura Hernández

RESUMEN

El periodismo móvil (MOJO) es un sistema que consiste en la producción de contenido informativo a través del uso de dispositivos móviles, tales como smartphones y tablets. Desde que esta nueva modalidad entró en las redacciones supuso un cambio en el flujo de la producción de noticias debido a su inmediatez, agilidad y comodidad. En este trabajo analizamos el periodismo móvil desde una perspectiva teórica que va acompañado de un proyecto profesional. En él, se muestra qué es el periodismo móvil, su impacto, sus características principales y sus límites a través del testimonio de Leonor Suárez, Urbano García y Pipo Serrano, referentes del MOJO en España. El proyecto, en formato de reportaje multimedia, refleja este nuevo sistema que ha generado un nuevo paradigma periodístico.

PALABRAS CLAVE

Periodismo móvil, MOJO, teléfono inteligente, reportaje multimedia.

Título: La televisión en la prensa: tratamiento informativo de TVE durante el monopolio en La Vanguardia (1956-1990)

Alumno: Ignacio Fortuoso Gómez

Tutora: Dunia Etura Hernández

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se pretende analizar el tratamiento informativo que recibió Televisión Española (TVE) durante el monopolio televisivo de la televisión pública por parte de La Vanguardia. El periodo de tiempo que se ha establecido para el desarrollo de este trabajo transcurre desde el 28 de octubre de 1956, fecha en la que se inaugura Televisión Española, hasta el 1 de enero de 1990, año en el que comienzan las emisiones de algunos canales de la televisión privada. El periódico que hemos escogido para analizar este tratamiento informativo se trata de La Vanguardia. Este periódico es uno de los más longevos de la prensa española y, además, durante el periodo de tiempo que hemos seleccionado, se trataba de uno de los medios más importantes a nivel nacional y contaba con miles de lectores diariamente. Para conseguir los resultados realizaremos un análisis de contenido de tipo cualitativo y cuantitativo a partir de una

ficha de análisis diseñada para tal fin. Entre los resultados de esta investigación destaca la

evolución que sufrieron los contenidos sobre la televisión pública, de una crítica abierta por su simple existencia centrada en los efectos que podía tener entre la audiencia, especialmente los más pequeños, a una crítica centrada en el control gubernamental de la cadena pública a partir de la transición democrática. Parte de este cambio se debe a la implantación de la televisión como un medio masivo y con la limitación de la percepción de la televisión como un enemigo de los medios escritos.

PALABRAS CLAVES

TVE, La Vanguardia, televisión, monopolio televisivo, medios de comunicación, prensa, tratamiento informativo.

Título: ‘De El Molinón al cielo’. Revista especializada en periodismo lento sobre el Real Sporting de Gijón

Autor: Iván Otero Díaz

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN:

Este proyecto nace con la intención de mostrar una versión del periodismo diferente y alejada de la actual era de la velocidad y la inmediatez que vivimos, muy relacionada con internet y donde los contenidos son de usar y tirar. Así, surge ‘De El Molinón al cielo’, una revista impresa en papel que pretende desarrollar una vertiente lenta o slow del periodismo y especializada en el Real Sporting de Gijón, equipo de fútbol profesional. La publicación trata de mostrar historias y contenidos algo más “desconocidos” de forma reposada, en contraposición a la información de actualidad y repetitiva con la que los medios de comunicación convencionales alimentan a las masas. Con una periodicidad semestral, la publicación se distribuye en la provincia de Asturias y va dirigida, especialmente, a los aficionados del Sporting, con la idea de hacerse un hueco en el mercado de revistas impresas que tanto escasean en la actualidad debido a la crisis del papel y teniendo en cuenta proyectos exitosos similares en cuanto a forma y fondo como Panenka o Líbero. Guiándose por sus pasos, ‘De El Molinón al cielo’ apuesta por un diseño de la revista original, limpio y bien trabajado, que llame la atención por fuera y enganche a la lectura por dentro.

Título: La cobertura informativa de las grandes vueltas ciclistas. La experiencia de los periodistas especializados en ciclismo

Autora: Laura Álvarez Álvarez

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN

La presente investigación muestra el trabajo que desempeñan algunos de los periodistas especializados en ciclismo durante la cobertura de una gran vuelta ciclista. El estudio parte de cuestiones como ¿cuál es la rutina de un periodista durante una gran vuelta? ¿Con cuánta antelación comienza la preparación informativa para la cobertura de una gran vuelta? ¿Cuánta importancia tiene para los medios de comunicación la información de ciclismo durante una gran vuelta? ¿Creen los periodistas que se van a poder celebrar las tres grandes vueltas tras la crisis sanitaria por la pandemia por Covid19? Para llevar a cabo la investigación se ha optado por la metodología cualitativa a través del método de la entrevista a diez periodistas en activo especializados en ciclismo que trabajan en diferentes medios de prensa escrita, radio y televisión. Tras las distintas conversaciones se ha comprobado que las tres grandes vueltas ciclistas gozan de una gran relevancia en los medios de comunicación en cuanto a su contenido sobre las carreras de tres semanas. Éstas atraen a numerosas audiencias lo que motiva a los medios a seguir involucrados en grandes vueltas tanto mediática como económicamente.

Título: Blanco y violeta. Proyecto de revista del Real Valladolid Club de Fútbol

Autor: Javier Liébana Giraldo

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN

El trabajo del periodista está basado en comprender, hacer comprender, explicar y disponer de forma simple y atractiva la información y de esta idea nace Blanco y violeta, un proyecto en el que aunar muchas de las capacidades que debe tener un profesional de la comunicación, ofreciendo información de calidad a disposición de su público, la afición del Real Valladolid.

El Real Valladolid Club de Fútbol es un equipo de la ciudad de Valladolid que milita en la Primera División del fútbol español, un club con más de 22.000 abonados que carece, a diferencia de muchos otros de su misma categoría, de una revista que informe al aficionado pucelano en las previas de los partidos que disputa su equipo en el Estadio José Zorrilla.

Blanco y violeta es un proyecto de revista profesional del Real Valladolid de periodicidad quincenal, coincidiendo con los encuentros que el equipo disputa como local. Con un tamaño DIN A5, el aficionado pucelano podrá amenizar su espera previa al inicio del partido, ya sea con la revista en su formato en papel, para aquellos que acudan al Estadio José Zorrilla; o en su versión online, para aquellos seguidores que no puedan asistir.

Un proyecto de revista cuyo modelo 0 consta de 28 páginas en las que el aficionado conocerá todo lo que necesita saber de su equipo y del rival antes del partido, con entrevistas e informaciones diferentes, entroncando todo lo que rodea al universo blanco y violeta con una de las figuras más importantes de la literatura española, el vallisoletano Miguel Delibes.

**Título: Producción y circulación de la información deportiva en Twitter: el caso de
Marca y L'Équipe**

Autora: Miriam Conde García

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN

Las redes sociales se han convertido en una plataforma fundamental para los
medios de comunicación deportivos y en un complemento perfecto para dar visibilidad
a su

página web y generar un determinado engagement con los usuarios. Esta investigación
busca

revelar la estrategia comunicativa de Marca y L'Équipe, los dos medios de comunicación
deportivos más consumidos en sendos países de origen (España y Francia) en la
comunidad de

microblogging llamada Twitter. Para ello, se plantea una triangulación metodológica con
un

análisis cuantitativo de su actividad en Twitter y unas encuestas interpretativas a los
periodistas de @marca y @lequipe.

Título: “Guerreras del Deporte”. Proyecto de creación de un canal de YouTube sobre deporte femenino.

Autor: Rubén Sáez García

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN

En los últimos años, se ha visto como YouTube se ha convertido en una alternativa al periodismo tradicional, sobre todo en el ámbito del periodismo deportivo. La crisis económica y la precariedad laboral han obligado a una gran cantidad de profesionales a migrar hacia esta plataforma digital para desarrollar un periodismo emprendedor, alejado de los cánones impuestos por los grandes medios. Asimismo, en relación con el deporte femenino, se ha observado un aumento del interés por el deporte femenino en la sociedad, ya que a lo largo del año 2019 se dieron algunos de los mejores datos en cuanto a audiencia y asistencia a eventos deportivos en los que participaban mujeres. De este modo, al tratarse de un proyecto de carácter profesional, se ha realizado un canal de YouTube, cuyo objetivo principal es el de identificar y profundizar en los requerimientos de la plataforma de vídeo, a la vez que se responde a una necesidad social: la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres. Para entender mejor este contexto y la situación que ha dado lugar al desarrollo de este trabajo, esta memoria incluye un amplio marco teórico que pone en antecedentes y sienta las bases previas para llevar a cabo este proyecto.

Título: Aquadolid. Proyecto de creación de una revista especializada en deportes acuáticos en Valladolid

Autora: Silvia Sanz Velasco

Tutor: Carlos Ballesteros Herencia

RESUMEN

En los medios de comunicación actuales, existe una clara sobreatención al fútbol, que ha llegado a convertirse en el único deporte existente en nuestro país, por lo menos en base a lo que muestran las diferentes cadenas de televisión y de radio en su programación habitual. De esta forma, se ha dejando de lado otro tipo de prácticas que, a lo largo de la historia del deporte español, han creado auténticos 'héroes' nacionales como pueden ser el tenis, el baloncesto o la natación y otros deportes acuáticos. Precisamente en el marco de las actividades relacionadas con el agua, nace este proyecto que pretende dar respuesta a una demanda social no atendida. Esto se debe a que varios estudios han demostrado el gran interés de la población por los deportes acuáticos, sobre todo por la natación, convirtiéndose en uno de los deportes más practicados por los españoles. Sin embargo, en nuestro país, no existen revistas o medios de comunicación que se dediquen a informar sobre la actualidad deportiva de este tipo de prácticas a la vez que su aparición en los medios tradicionales es escasa y solamente en ocasiones especiales, como pueden ser unos Juegos Olímpicos o un Campeonato Internacional. Con el fin de informar sobre los deportes acuáticos existentes en la ciudad de Valladolid surge la creación de esta revista en papel, que, a través de diferentes entrevistas, reportajes y artículos, acercará al lector los deportes acuáticos que se practican en la ciudad, como pueden ser la natación, el waterpolo, la natación sincronizada, el piragüismo o el rugby subacuático, entre otros.

Título: El conflicto catalán a través de la prensa en su edición nacional y regional: el caso de El País

Autora: Paula Moreno Ridruejo

Tutora: Eva Campos-Domínguez

Resumen

El independentismo catalán ha ido adquiriendo mayor relevancia y protagonismo en los últimos años en los medios de comunicación. Los últimos acontecimientos que han tenido lugar en Cataluña como el referéndum de autodeterminación del 1-O de 2017, la entrada en prisión de los líderes independentistas y el juicio del procés, han inundado las portadas de los periódicos nacionales e internacionales.

El presente Trabajo Fin de Grado pretende analizar y comparar, mediante un análisis de contenido cualitativo, el tratamiento informativo de estos hechos en el diario El País tanto en la edición nacional como en la edición autonómica de Cataluña durante el segundo aniversario del 1 de octubre. Se pretende conocer si en ambas ediciones el tratamiento informativo es el mismo o sí, por el contrario, varía dependiendo de su lugar de publicación analizando una serie de variables; las temáticas, la figura protagonista de la información, los términos que se emplean, qué géneros periodísticos son los más utilizados, etc.

Los resultados obtenidos permiten comprobar cómo el tratamiento informativo sobre la crisis secesionista catalana durante el segundo aniversario del referéndum del 1-O es bastante similar en ambas ediciones, aunque presentan algunas variaciones en cuanto a la utilización de los términos analizados y, también, en cuanto al posicionamiento que mantiene el diario con respecto al Gobierno catalán.

Título: El movimiento feminista en Instagram: Análisis del discurso y estrategias de cuatro influencers

Autora: Claudia González Barreiro

Tutora: Eva Campos-Domínguez

Resumen:

El Día Internacional de la Mujer que tuvo lugar el 8 de marzo de 2018 propició un cambio en la lucha derivado, en gran medida, por las herramientas tecnológicas y la capacidad de Internet para difundir conocimientos e ideas políticas. Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como objetivo analizar cómo se crea el discurso feminista en Instagram a través de cuatro cuentas españolas ligadas al movimiento en la red social: @Freedas, @tres.voltes.rebel, @Zinteta y @zorrasybrujas. La elaboración de la investigación parte de entrevistas en profundidad a las autoras y creadoras de contenido feminista, además de un análisis de contenido a sus respectivos perfiles con la finalidad de conocer qué trabajo realizan a través de ellos y qué percepción tienen sobre su labor social. Así, a través de los resultados y conclusiones se observa cómo las rutinas y trabajo de cada cuenta se desarrolla de diferentes maneras, aunque tengan el mismo eje común. En la plataforma conviven una amplia diversidad de temáticas y maneras de concienciar al público, por lo que las estrategias, rutinas y manera de consumir la plataforma varían según la usuaria y sus intereses. Además, un aspecto valorado por las influencers es la capacidad de síntesis y el carácter visual que ofrece la red social.

Título: El relato de TIME Magazine sobre las manifestaciones de Hong Kong de 2019-2020

Autora: Aitana Brusa Safigueroa

Tutora: Eva Campos-Domínguez

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado (TFG) analiza la cobertura informativa de los altercados que vive Hong Kong desde junio de 2019, cuando sus ciudadanos tomaron las calles para exigir a su gobierno democracia e independencia de Pekín, a febrero de 2020. El análisis de la cobertura se realiza a través del medio estadounidense TIME Magazine, una de las mayores revistas semanales de noticias del mundo con una tirada media de 213.280 números por ejemplar en 2019 (Audit Bureau of Circulations s. f.) y que cuenta con una audiencia de más de 100 millones de lectores nacionales e internacionales. Las conclusiones revelan que, pese a que no hay una presencia reseñable de estereotipos, sí existe un claro posicionamiento y una tendencia maniqueísta en la transmisión de la compleja situación que atraviesan China y Hong Kong. Asimismo, los resultados muestran que, en las informaciones respectivas a los altercados en la excolonia británica, no se traslada una perspectiva que no sea la hongkonesa.

Título: El 8 de marzo en la Universidad: la participación de las estudiantes de Periodismo de Valladolid en el Día de la Mujer

Autora: Iris Simón Astudillo

Tutoras: Eva Campos-Domínguez y Dafne Calvo

RESUMEN

El 8 de marzo ha conseguido una participación abrumadora en las convocatorias posteriores a 2018, en parte gracias a la asistencia de un gran número de estudiantes universitarias. Esta nueva ola (Newtral, 2019) ha generado diversas preguntas en el ámbito de la investigación, como qué actividades realizan estas jóvenes o si aportan temáticas novedosas al Día de la Mujer. Además, este análisis reflexiona sobre qué capacidad movilizadora tiene el 8M sobre estas nuevas integrantes, y por qué ahora. Este trabajo tiene como objetivo estudiar el activismo que practican estas jóvenes y descubrir si siguen la estela de las generaciones anteriores, lo que las mantendría en la participación offline, o si han abierto el abanico de posibilidades que las brindan las nuevas tecnologías y lo online (Sánchez-Duarte y Fernández-Romero, 2018; Chadwick, 2007). La importancia de definir cómo afecta Internet a los movimientos sociales es vital para los repertorios de acción actuales. Esta investigación se centra en la participación de las alumnas del grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid, a fin de conocer el interés de futuras profesionales de la información sobre cuestiones de género. Diversos estudios otorgan a los medios de comunicación un papel esencial en el fomento de determinados marcos discursivos sobre los movimientos sociales (Carballido, 2007). Este análisis trata de aportar nuevos datos empíricos al debate sobre el denominado slacktivism o activismo de sofá (Cabrera, Matias y Montoya, 2017), sin valorar que este método sea necesariamente negativo, sino que esto puede depender de las circunstancias de la alumna. Para ello, se ha realizado un método mixto que consta de dos fases. La primera, de tipo cuantitativo, consiste en la cumplimentación de una encuesta por parte de las estudiantes. La segunda etapa, cualitativa, se ha centrado en la realización de un grupo de discusión extraído de la misma población, con el objetivo de reforzar y profundizar en los datos obtenidos en la primera fase. Tras llevar a cabo estas dos etapas, se ha concluido que las estudiantes de Periodismo de Valladolid realizan un repertorio de acción híbrido en torno al feminismo durante todo el año, además de que aprueban las prácticas slacktivistias para la inclusión de más personas en el movimiento.

Título: Canon vs fándom: trabajo ciberperiodístico sobre la narrativa transmedia en Harry Potter

Autora: Helena Borge Ugidos

Tutoras: Eva Campos-Domínguez y Dafne Calvo

Resumen

La narrativa transmedia es una realidad presente día a día en los medios de comunicación, pero, ¿existe realmente un marco teórico a cerca de lo que es y cuáles son sus implicaciones? Este reportaje multimedia pretende reflejar la importancia de la narrativa transmedia en la actualidad tomando como ejemplo la ficción creada por J. K. Rowling en su obra, Harry Potter. El objetivo no es tan solo conocer las manifestaciones llevadas a cabo por el canon en diferentes plataformas, sino abordar también las creadas por el fándom de la saga, los llamados potterheads. Con este trabajo profesional se pretende exponer las razones por las que Harry Potter constituye un perfecto ejemplo de éxito transmediático, y la importancia que ha tenido su comunidad en él.

Título: La evolución del sonido en el cine norteamericano: la industria de Hollywood

Alumno: Diego Sánchez Aguado

Tutoras: Ana I. Cea Navas, María Díez Garrido

Resumen:

Desde su nacimiento en 1895, la cinematografía ha llegado a todos los rincones del mundo, y ha atravesado diversas etapas cuya influencia ha favorecido a su desarrollo y a la concepción que a día de hoy tenemos del cine. A lo largo de estas etapas, se han incluido muchas innovaciones técnicas que en su momento supusieron la posibilidad de hacer películas de formas que hasta entonces no se habían contemplado. De este modo, conforme surgían nuevas formas de hacer cine, algunas industrias cobraron más peso que otras. Es el caso de la industria de Hollywood, cuyo papel hegemónico ha sido constante a lo largo del s. XX. Por esto, el proyecto busca, por un lado, analizar el papel preponderante de la industria norteamericana, y por otro, analizar la importancia que tuvo la inclusión del sonido en el cine.

Título: Las elecciones generales desde 2008 en la prensa local: estudio de *Diario Palentino*

Autor: Hugo Cancho Arnuncio

Tutora: María Monjas Eleta

Resumen:

Las elecciones generales en España se celebran cada cuatro años, pero desde 2008 hasta la actualidad se han realizado seis procesos electorales, el doble de lo que debería ser lo habitual. Este trabajo de investigación analiza los suplementos de *Diario Palentino* publicados el día posterior a las elecciones generales. Este medio de comunicación ha sido elegido por ser el periódico local más importante de Palencia, que cuenta con la mayor difusión de la provincia y, además, porque es el decano de la prensa palentina. Los suplementos analizados en este trabajo, así como las portadas de los mismos, corresponden al día posterior de las elecciones generales y, en total, se han estudiado 12 unidades de análisis: seis suplementos con sus seis portadas correspondientes. El objetivo principal del trabajo es estudiar el tratamiento de las elecciones generales en un periódico de tirada provincial, analizar la información de la jornada electoral y examinar los suplementos publicados para observar cómo la repetición de elecciones generales en breves periodos de tiempo afecta a los diarios escritos. Por este motivo, se decide realizar un estudio que utiliza el análisis de contenido como metodología principal para investigar la evolución de los suplementos en los últimos once años. Los resultados que se obtienen de este trabajo de investigación son la reducción del número de páginas y, por ende, de información publicada conforme avanzan los años y se celebran elecciones con menor espacio temporal entre ellas. Destaca también la calidad informativa de *Diario Palentino* con recursos como infografías o reportajes fotográficos incluidos en el suplemento, así como el gran espacio dedicado a la información nacional y provincial.

Palabras clave:

Elecciones Generales, *Diario Palentino*, Suplemento, Periodismo, Prensa Local, Noticia, Palencia

Título: Periodismo gastronómico y turístico en radio: el caso del programa “El Picaporte” de esRadio Castilla y León

Autora: Ana Porres Puente

Tutora: María Monjas Eleta

RESUMEN:

Este trabajo presenta como objetivo principal el análisis del programa radiofónico “El Picaporte”, dirigido por el periodista Javier Pérez Andrés y emitido semanalmente en esRadio Castilla y León. Para muchos autores, el periodismo gastronómico y turístico no está considerado como una especialización de la profesión, sino que se inserta dentro del propio periodismo cultural. “El Picaporte”, sin embargo, es un programa que aborda en sus emisiones información especializada en estos dos sectores principalmente, el turístico y el gastronómico. Por ello, se pretenden definir sus características formales, a la vez que averiguar si su contenido se ciñe mayoritariamente a la actualidad y al medio rural de Castilla y León. Se lleva a cabo una metodología cuantitativa basada en el análisis de contenido y se combina con una metodología cualitativa, que incluye la técnica de la observación participante en la redacción del propio programa y la entrevista a su presentador y director, Javier Pérez Andrés. Los resultados y conclusiones indican que “El Picaporte” es un programa especializado en gastronomía y turismo, pero también en el sector vinícola. Respecto a los contenidos e informaciones que ofrece, son de actualidad y se originan en el medio rural de Castilla y León en la mayor parte de los casos.

PALABRAS CLAVE:

Periodismo gastronómico, periodismo turístico, periodismo radiofónico, esRadio, Castilla y León

Título: Reportaje multimedia sobre el impacto de la cultura Hip Hop en el Bronx y sus beneficios sociales a nivel global

Autora: Sara Hernández Panizo

Tutora: María Monjas Eleta

RESUMEN:

La música urbana, que incluye el rap, soul, Hip Hop, reggaetón y R&B, es la más escuchada por los españoles, especialmente entre los 18 y 28 años, según los datos de la plataforma de música en streaming Spotify en 2019. Sin embargo, aunque los sonidos Hip Hop y rap de artistas como Tupac o Eminem han conquistado los oídos de los adolescentes alrededor del mundo, existe una clara desinformación sobre la cultura de la proceden. Este desconocimiento es lo que provoca prejuicios y connotaciones negativas sobre este tipo de música, sus creadores y seguidores. El Hip Hop no sólo abarca el plano musical, sino que incluye una forma cultural completa con otras expresiones artísticas (moda, arte...) e incluso una ideología política. El Hip Hop es un movimiento cultural que nace a comienzos de los años 70 y está compuesto por cuatro pilares: Djing, Mcing o Rapping, Breakdancing o B-boying y Graffiti. Surgió en la época de las pandillas que vivían en un entorno de exclusión social por la "política de abandono" del Bronx Sur. La renovación urbana del funcionario público del área metropolitana de Nueva York, Robert Moses llevó al distrito a la decadencia y a mediados de los años 70 el ingreso promedio per cápita se redujo a 2,43 dólares, lo que suponía la mitad del promedio de la ciudad de Nueva York. La investigación desarrollada en este trabajo que se plasmará en formato reportaje multimedia pretende reflejar el nacimiento del movimiento cultural Hip Hop en tiempos de segregación racial y se tratará de ofrecer una visión más completa de lo que supuso el surgimiento del Hip Hop en el Bronx y el posterior impacto social, económico y político en su expansión a lo largo del globo.

PALABRAS CLAVE:

Hip Hop, Reportaje Multimedia, Movimiento Cultural, Social, Bronx

Título: Representación del mundo rural en televisión: el caso del programa "El Paisano/La Paisana" en RTVE

Autora: Eva Santos García

Tutora: María Monjas Eleta

Resumen:

El medio rural necesita una comunicación positiva. La televisión y en este caso, el programa de entretenimiento de la televisión pública (RTVE) "El Paisano" / "La Paisana" contribuye a crear una imagen sobre la población que vive en los municipios rurales de España. El programa está presentado por cuatro humoristas que recorren el país para mostrar la riqueza y las gentes de los pueblos, un formato híbrido en el que también se incluye un monólogo dirigido al municipio que visitan los presentadores. Así, este trabajo analiza la imagen que presenta el programa sobre el medio rural a través del análisis de contenido de las características de las personas y el tratamiento de los temas tanto del monólogo como de las conversaciones que mantienen, que se ha realizado a través del análisis de doce programas. El estudio permite obtener unos resultados que, si bien se observa una imagen positiva del medio rural y se obtienen valores que ponen en valor la vida en los pueblos, predominan temas relacionados con la vida personal de los habitantes de los municipios. Además, a raíz del análisis se ha detectado una gran diferencia entre la población representada respecto al sexo de las personas que habitan en los municipios, pues tan solo el 31% son mujeres.

Palabras clave: televisión, medio rural, entretenimiento, humor, monólogo

Título: La Covid-19 en las portadas de los diarios de difusión nacional en España entre el 22 de febrero y el 30 de abril

Autor: Alejandro Rodríguez Holguín

Tutor: María Monjas Eleta

RESUMEN

Esta investigación analiza el tratamiento de la pandemia de Covid-19 en las portadas de los diarios *ABC*, *El País*, *El Mundo*, *La Razón* y *La Vanguardia* durante los meses de febrero, marzo y abril de 2020. El análisis permite comparar la cobertura informativa de la pandemia en las seis cabeceras para hallar similitudes y diferencias y además se puede observar la evolución a lo largo del período analizado. En este trabajo, se recurre al análisis de contenido que permite determinar el espacio y la importancia del tema dentro de las portadas, así como los asuntos que se abordan, quiénes son los protagonistas tanto de los titulares como de las fotografías y el léxico que utilizan. El análisis se centra en la forma en que los periódicos analizados comunican los acontecimientos que se van sucediendo a la vez que se descubren las diferencias de criterio y estilo entre cabeceras de difusión nacional. Los resultados y conclusiones muestran que la información acerca de la Covid-19 gana protagonismo y ocupa más espacio en las portadas con el paso de las semanas y además las portadas incluyen gráficos e infografías sobre el número de contagiados, víctimas mortales y otros datos estadísticos del impacto de la pandemia a partir del mes de marzo en el que la influencia de la Covid-19 es mayor en España. También se puede apreciar tras el análisis de las portadas que los asuntos abordados por parte de los diarios varían con el tiempo. La primera semana analizada en febrero, las portadas se centran mayoritariamente en información internacional sobre el virus, en marzo ocupa gran parte del peso informativo las portadas de cuestiones de ámbito político y económico que adquieren mayor protagonismo que las anteriores y, en abril, los asuntos que más titulares protagonizan en este último periodo analizado son las referentes a la desescalada y las medidas de alivio del confinamiento a la población española. Por último, también se concluye tras la investigación realizada que los diarios acompañan las informaciones de sus portadas con fotografías, montajes o ilustraciones para la imagen principal de la portada en las que el protagonismo ha recaído de manera mayoritaria sobre los ciudadanos durante los tres meses del periodo analizado.

PALABRAS CLAVE

Pandemia, Covid-19, Periodismo, Diarios, Portadas

Título: Rurales. Revista especializada en turismo rural

Autora: Nora Aragón Basterrechea

Tutora: María Monjas Eleta

Resumen:

Los fenómenos de despoblación, las crisis laborales e industriales, la falta de medios necesarios y una escasa publicidad están transformando el medio rural español en centros de aislamiento respecto al resto de ciudades, en muchos casos, sobrepobladas.

En defensa de este medio rural, y levantándose como portavoz de los extraordinarios pueblos y áreas rurales que llenan España, nace *Rurales*: la nueva revista online e impresa que quiere acercar tanto a los urbanitas empedernidos como a los valientes ruralistas, a la realidad de la riqueza natural y rural del país. De esta manera, *Rurales* es un medio de comunicación, de unión, entre aquellos que viven en el mundo rural y quienes viven en ciudades y quieren conocer otras formas de vida y rincones del país.

Acercándose a historias y lugares que retratan la realidad de la vida rural española, la revista pretende acabar con el silencio informativo de muchos medios actuales respecto al campo y los pueblos de España.

De carácter mensual, se pretende hacer llegar a los suscriptores y compradores cada mes con contenidos completamente originales y un diseño que hará las delicias de quien la lea, publicándose su primer número en Junio de 2020.

Palabras clave:

Revista Rurales, revista, turismo rural, turismo España, despoblación

Título: Revista multimedia: La igualdad en los medios de Castilla y León

Autora: Ana Belén Vázquez García

Tutores: David Frontela Moro y María Monjas Eleta

RESUMEN

La profesión periodística ha vivido en los últimos años una feminización resultado del incremento del número de mujeres en las universidades y, por consiguiente, en el mercado laboral. Este estudio tiene como principal objetivo mostrar la situación del sector comunicativo en materia de igualdad en los medios de comunicación de Castilla y León. Según datos de la Asociación de Periodistas Feministas, en 2018 las mujeres representaban un 19% de los puestos directivos frente a un 81% que estaban ocupados por hombres. El porcentaje difiere significativamente en el género de opinión donde solo el 12,5% de los artículos pertenecen a firmas femeninas. La revista multimedia acerca el testimonio de diversas personas ligadas al sector comunicativo a la población para visibilizar el papel de las mujeres en los medios regionales y los mecanismos desarrollados para contribuir a la igualdad de género.

PALABRAS CLAVE

Mujeres; Periodismo; Feminización; Igualdad; Techo de cristal; Castilla y León

Título: Revista interactiva. Despoblación, movimientos sociales, y comunicación en red. Raíces: La lucha por la supervivencia de los pueblos

Autora: Ana Belén Rodríguez Valbuena.

Tutores: David Frontela Moro y María Monjas Eleta

RESUMEN

Durante la segunda mitad del siglo XX se produce el declive demográfico de las zonas rurales de España a través del éxodo rural, un proceso que había comenzado en torno a 1887 por la Revolución Industrial que provocó el crecimiento de áreas urbanas como Madrid o Barcelona. Una industrialización que generó, por un lado, la pérdida de peso del sector primario, y, por otro lado, la fuga masiva de campesinos a las áreas urbanas para lograr nuevas, y dignas, oportunidades de trabajo. Ese éxodo rural, además, lo protagonizaron los jóvenes y, en mayor medida, las mujeres provocando un agotamiento biológico del medio rural. La despoblación y el abandono del medio rural siguen teniendo aún importantes consecuencias en comunidades autónomas como Castilla y León, con agricultura tradicional extensiva y bajas densidades demográficas. La necesidad de paliar esta situación por parte de quienes residen en los entornos rurales ha provocado que en las provincias de toda España hayan surgido distintas plataformas e iniciativas, profesionales y no profesionales, que tratan de proteger, defender y revitalizar el medio rural. La revista interactiva presenta la historia de diez iniciativas surgidas en León y Palencia, en su mayoría no profesionales, que tratan de aprovechar el potencial de los entornos rurales en los que surgen para dinamizarlos y garantizar un futuro sostenible e integral para los mismos.

PALABRAS CLAVE: Despoblación rural, plataformas, reivindicación territorial, movimientos sociales comunicación en red revista interactiva.

Enlace: https://www.canva.com/design/DAD_y5UJRPc/nNEdmPFMQdPI6KQb_ce1QA/view?utm_content=DAD_y5UJRPc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=sharebutton#1

Título: El periodismo como contrapoder: análisis de las películas “GAL” y “El Reino”

Autora: Julia Gil de la Torre

Tutores: Cristina San José de la Rosa y María Monjas Eleta

Resumen:

El periodista desempeña en ocasiones un papel de protagonista en las películas españolas y su estudio resulta fundamental para conocer desde otro punto de vista la imagen que el cine aporta de la profesión. El objetivo de esta investigación es analizar la presencia del informador en la gran pantalla como contrapoder a través del análisis de dos películas que plasman momentos trascendentales de la historia y de la política de nuestro país: *GAL* (Miguel Coutois, 2006) y *El Reino* (Rodrigo Sorogoyen, 2018). Para la metodología se ha optado por la obra *Como analizar un film* de los italianos Caseti, F. y Di Chio, F. (1998). Su planteamiento parte de la oposición de rasgos para analizar el “personaje como rol” y en nuestro caso sirve para desarrollar una ficha de análisis cualitativo de los personajes. Este trabajo concluye que los periodistas en las dos películas españolas buscan la verdad y actúan como contrapoder aunque no siempre consiguen que sus investigaciones sean públicas debido a los intereses políticos.

Palabras clave: periodista, Caseti & DiChio, periodista como rol, contrapoder, cine español

Título: Nueva escalada de tensión en el conflicto palestino-israelí: el traslado de la embajada estadounidense a Jerusalén a través de la prensa occidental y periodistas

Autora: Margarita Arredondas Vidal

Tutor: Salvador Gómez García

Resumen

El conflicto palestino-israelí es uno de los más mediáticos debido a su origen y al número de países a los que afecta. No solo perjudica a Israel y a los Territorios Palestinos, sino que también influye directamente en Oriente. Informar sobre este conflicto u otros es una tarea complicada para los medios de comunicación y periodistas, ya que deben ser lo más neutrales posibles para que las audiencias de otros países puedan crear su propia opinión. También deben abogar por un periodismo orientado a la búsqueda de la paz y del entendimiento.

Título: Análisis del engagement en el desarrollo de videojuegos. Un estudio de caso: FIFA 20 (Electronic Arts, 2019)

Autor: Enrique Ibañez Huerta

Tutor: Salvador Gómez García

Resumen

El engagement, también definido como compromiso o implicación, y sus múltiples efectos han sido objeto de múltiples estudios durante la última década. El desarrollo de las redes sociales y los múltiples canales de comunicación han hecho que este concepto se extienda desde su campo de origen (las relaciones laborales) a otros como la publicidad, la educación, los medios de comunicación, la política, etc. Por ello, en este Trabajo de Fin de Grado pretende ser un acercamiento a esta nueva estrategia de

comunicación y publicidad en un sector que se encuentra en pleno crecimiento, la industria de los videojuegos. Ver como el engagement busca establecer un vínculo inquebrantable entre jugador y videojuego; y qué herramientas utiliza para hacer esto posible.

A lo largo del marco teórico se expondrán los principales mecanismos de fidelización, además de desarrollar los elementos que conforman un videojuego y ver los diferentes tipos de usuarios de videojuegos que existen. A su vez, se aplicarán los conceptos teóricos a un estudio de caso como es el modo de juego Ultimate Team, en el videojuego FIFA 20 (Electronic Arts, 2019). Se analizarán los diferentes elementos de un videojuego que se

encuentran en este modo de juego y se explicará cómo estos pueden afectar a la existencia diferentes perfiles de jugadores.

El objetivo principal de este estudio es determinar la eficacia del engagement como estrategia para incrementar el compromiso y satisfacción de los diferentes jugadores dentro del sector de los videojuegos.

Título: La comunicación en las narrativas audiovisuales interactivas. Dos estudios de caso: “Black Mirror: Bandersnatch” y “Life is Strange”.

Autora: Alba Carbajal Arias

Tutor: Salvador Gómez García

Resumen

El impacto de la narrativa interactiva en el ámbito de la comunicación durante los últimos años ha impulsado este trabajo de investigación que pretende determinar las particularidades del proceso comunicativo de dos tipos de narrativas audiovisuales diferentes: un videojuego de aventura gráfica, en este caso Life is Strange, y una película interactiva, Black Mirror: Bandersnatch. Para examinar ambas producciones y comprobar las habilidades psicológico- comunicativas en el usuario, este trabajo emplea tres líneas de investigación: el análisis de contenido del videojuego y de la película, el estudio de una selección de 36 reseñas profesionales y particulares y, por último, una comparativa mediante una encuesta por muestreo a 132 personas sobre las decisiones que tomarían en un marco no ficticio con algunas de las opciones que plantean las dos narrativas analizadas en este trabajo. Los resultados del presente estudio despejan las semejanzas y diferencias en la estructura de ambas producciones, la concepción de los usuarios de estos formatos y cómo influye la moralidad en las elecciones de un mundo ficcional. La trama de la historia, la capacidad inmersiva, los vínculos emocionales con los personajes o la presentación de los elementos interactivos son algunos de los factores más influyentes en las relaciones psicológico-comunicativas entre la producción y el usuario.

Título: Producción y circulación de la información deportiva en Twitter: el caso de Marca y L'Équipe

Autora: Miriam Conde

Tutor: Salvador Gómez García

Resumen

Las redes sociales se han convertido en una plataforma fundamental para los medios de comunicación deportivos y en un complemento perfecto para dar visibilidad a su página web y generar un determinado engagement con los usuarios. Esta investigación busca revelar la estrategia comunicativa de Marca y L'Équipe, los dos medios de comunicación deportivos más consumidos en sendos países de origen (España y Francia) en la comunidad de microblogging llamada Twitter. Para ello, se plantea una triangulación metodológica con un análisis cuantitativo de su actividad en Twitter y unas encuestas interpretativas a los periodistas de @marca y @lequipe.

Título: Plan de Comunicación equipo esports Spartans UVA

Autor: Javier López Rodríguez

Tutor: Salvador Gómez García

Resumen

El presente trabajo se basa en la elaboración de un plan de comunicación para el equipo de esports universitario Spartans UVA. Este equipo representa a la Universidad de Valladolid en las competiciones de la Amazon University Esports, una serie de torneos de deportes electrónicos que reúne a más de 25.000 jugadores procedentes de las universidades españolas. En este Trabajo de Fin de Grado profesional se desarrolla un plan de comunicación para Spartans UVA de cara a la próxima temporada de competición universitaria. Para la realización de este trabajo se ha seguido una metodología con las principales fases de un plan de comunicación profesional: análisis de situación, planificación, ejecución y evaluación. Como base teórica que sustenta el trabajo se incluyen fundamentos académicos vinculados a la comunicación organizacional, al periodismo deportivo y a las relaciones públicas institucionales.

Título: La crisis de Microsoft en la octava generación de consolas. Comparativa de dos controles de daños.

Autor: Miguel Barcenilla Martínez

Tutora: Mercedes Miguel Borrás

Resumen: Reportaje documental en el cual se exponen dos crisis de la compañía estadounidense Microsoft con sus videoconsolas Xbox 360 y Xbox One y como fue capaz de superar la primera de ellas consiguiendo una imagen corporativa reforzada y si embargo una crisis de imagen creada desde la propia compañía de forma no intencionada fue imposible de solucionar. **La primera crisis** que se expone es el error de hardware catastrófico de Xbox 360 conocido como el *Anillo rojo de la muerte* (el encendido de las luces LED rojas de la parte frontal de la consola que indican que el equipo está fallando por sobrecalentamiento), que afectó a un gran número de consolas y que fue resuelta por Peter Moore, presidente de Xbox en aquella época, propuso una solución sin precedentes: invertir mil millones de dólares en reparaciones y cambios a cualquier usuario que hubiera sufrido este problema para así salvar la marca. Esta política fue un éxito que permitió reforzar la imagen de la empresa con sus usuarios como una compañía comprometida con sus clientes. **La segunda crisis** que se expone es la presentación de la nueva consola de la octava generación, la Xbox One, en el E3 de 2013, la feria de videojuegos más importante del mundo, donde pretendieron implantar una serie de políticas: incluir una webcam propia (Kinect), mayor precio, complicado sistema de préstamo y venta de videojuegos de segunda mano, conexión a internet obligatoria... que no gustaron ni a medios ni al público objetivo y que provocaron que gran parte de sus potenciales usuarios fueran a otras plataformas. Aunque posteriormente cambiaron estas políticas, ya era tarde; el público ya no confiaba en la marca norteamericana.

El reportaje documental ahonda, a través de imágenes históricas y entrevistas a profesionales del sector, en los motivos de cómo se solucionó la primera de las crisis y la nueva confianza de los usuarios en Microsoft y en qué pudo llevar a tomar las decisiones de la presentación del E3 de 2013.

Título: El cine de Hollywood como instrumento de propaganda durante la Guerra Fría

Autora: Eva Nebreda Rodríguez

Tutora: Mercedes Miguel Borrás

Resumen

El cine es un medio de comunicación que ha reflejado desde sus inicios el transcurso de la Historia. Sin embargo, en muchas ocasiones ha sido utilizado como instrumento de propaganda en beneficio de los distintos poderes, conscientes de la importante capacidad de influencia que posee este medio sobre el público. Este trabajo centra su objetivo en analizar su papel como medio de difusión de propaganda dentro del periodo de la Guerra Fría. Para ello, se han estudiado los acontecimientos que han influido en la industria del celuloide, así como las circunstancias en las que se han enmarcado dichos hechos. El trabajo abarca temas que ayudan a entender el cine-propaganda a través de los primeros ejemplos que se dieron y sus máximos exponentes. Mediante la descripción de los diferentes sistemas y corrientes que configuraron el cine clásico de Hollywood se explica la evolución y las características de la producción cinematográfica en los años 50 y 60. El propósito final del trabajo es analizar el papel del cine de Hollywood como propaganda durante esas décadas situadas en el conflicto de la Guerra Fría. Por lo tanto, además de dar un repaso teórico por todo lo comentado en líneas anteriores, se ha llevado a cabo un análisis cualitativo de tres películas de la época, una de cada género elegido para el estudio: *Uno, dos, tres* (B.Wilder, 1961), *Cortina rasgada* (A.Hitchcock, 1966), *La guerra de los mundos* (B. Haskin, 1953), comedia, thriller y ciencia ficción, respectivamente.

Título: Cultura ultra en España. Investigación de campo en el Levante Unión Deportiva (LUD) El Cedro.

Autora: Elena Tomé Cámara

Tutora: Mercedes Miguel Borrás

Resumen

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG), modalidad profesional, analiza la presencia de la cultura ultra en España. A través de un exhaustivo trabajo de campo, centrado en la grada de animación del Levante Fútbol Club, se intenta llegar al epicentro de las organizaciones hinchas para crear una imagen cercana y real de lo que este fenómeno supone hoy en día en los alrededores de los estadios: sus tradiciones, costumbres, estética, jerarquía y leyes internas. Asimismo, se pretende probar la violencia que existe en este contexto y tratar de buscarle una explicación.

Todos los datos recopilados de esa investigación quedan agrupados en un Fanzine que trata de recrear la estética usada por estos grupos para transmitir información y novedades de forma interna.

Título: El cine social español en el siglo XXI: miradas de mujeres. Estudio de casos: *Te doy mis ojos* (Icíar Bollaín), *Carmen y Lola* (Arancha Echevarría), *La hija de un ladrón* (Belén Funes)

Autora: Noemí Valle Fernández

Tutora: Mercedes Miguel Borrás

Resumen

El cine social pone la mirada en realidades cotidianamente invisibles y expone ciertas situaciones para abrir debates, repensar el entorno y promover transformaciones sociales y culturales. A través de los films de denuncia social se visibiliza la desigualdad, una lacra que también sufren las mujeres cineastas ya que cuentan con una representación mínima en los puestos directivos, en comparación con sus compañeros varones.

El objetivo principal de este trabajo consistirá en mostrar la importancia de las aportaciones de las directoras al cine social español en el siglo XXI a través de las miradas que proyectan Icíar Bollaín en *Te doy mis ojos* (2003), Arantxa Echevarría en *Carmen y Lola* (2018) y Belén Funes en *La hija de un ladrón* (2019), para conocer la realidad desde los puntos de vista de estas cineastas.



Universidad de Valladolid

CURSO 2019-2020

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Resúmenes TFG

**Departamento: Historia Moderna, Contemporánea, de América,
Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad
Fecha defensa: 22/07/2020**

TÍTULO: Valladolidindie, el fenómeno de la Música Indie en Valladolid

Autor: Javier Sánchez de la Fuente

Tutora: Raquel Martínez Sanz

RESUMEN:

La ciudad de Valladolid se está convirtiendo poco a poco en uno de los polos de creación de la música conocida como Indie. Este Trabajo Fin de Grado presenta un marco teórico en el que se explica cómo se ha desarrollado el movimiento indie en España y está acompañado por un proyecto profesional que plasma la teoría aplicada a la ciudad de Valladolid. Muestra la realidad de la escena musical “pucelana” que gira en torno a un movimiento de producción que se apoya en el “hazlo tú mismo” con la búsqueda de la independencia por parte de las discográficas, mostrando ejemplos de artistas que están en etapas diferentes de evolución en sus carreras pero que tienen en común que siguen creando su música en la ciudad del río Pisuerga. El reportaje aporta la experiencia de Andrea Garcy, Octubre Polar, Siloé y Javi Vielba, sobre la música y el ambiente Indie de Valladolid. Además, contiene pequeños retazos de su visión acerca del futuro musical afectado por el Covid-19.

TÍTULO: Estrategias de comunicación corporativa en las entidades del tercer sector: el caso de ASPAYM

AUTOR: Javier Díaz Mateo

TUTORA: Patricia Durántez Stolle

RESUMEN:

Las entidades del Tercer Sector juegan un papel muy importante en la sociedad. Debido a que la mayoría cuentan con un presupuesto muy ajustado, tienen que establecer sus estrategias comunicativas de una manera ordenada y planificada dependiendo del público al que se quieran dirigir para captar un mayor número de socios y colaboradores. Asimismo, este tipo de entidades cuidan mucho su comunicación interna para poder afianzar ese sentimiento de pertenencia a la organización en los trabajadores. El departamento de comunicación juega un papel muy relevante a la hora de difundir el mensaje que la organización desea transmitir, ya sea a través de medios digitales o medios *offline*.

El estudio se centra en el caso de una entidad del Tercer Sector: ASPAYM Castilla y León. Se analizan las estrategias comunicativas empleadas por la organización en cuanto a comunicación interna, externa y online. En primer lugar, se establece una comparativa del trato comunicativo desarrollado por la organización y por medios digitales de acontecimientos importantes para la entidad. A continuación, se analiza la repercusión que la entidad ha obtenido desde 2013 hasta 2019 en redes sociales y en medios de comunicación.

Los resultados dejan constancia de que, para la organización, las redes sociales juegan un papel muy importante a la hora de transmitir su mensaje. Sin embargo, los medios de comunicación externos están adquiriendo mayor protagonismo a medida que pasan los años. Han aumentado considerablemente las publicaciones en prensa y agencias de noticias, esto se debe a una mayor voluntad de la organización de ganar visibilidad mediática. En cuanto a redes sociales, Facebook se ha posicionado como la red social referente de la entidad, es la plataforma que más usuarios alcanza. La página web corporativa también se ha convertido en una herramienta comunicativa muy importante para la entidad. Aunque en los últimos años ha perdido usuarios, probablemente por el tráfico derivado a las redes sociales.

PALABRAS CLAVE Tercer Sector, comunicación corporativa, ASPAYM Castilla y León, medios de comunicación, redes sociales, herramientas comunicativas.

TÍTULO: La descortesía como estrategia de comunicación organizacional en Twitter. El rol del community manager en “La Resistencia” y otros casos destacados de gestión original en las redes

AUTOR: Julen Hernández Berja

TUTORA: Patricia Duránte Stolle

RESUMEN:

La Web 2.0 trajo consigo cambios abruptos en la forma que tiene el ser humano de entablar el diálogo en Internet. La batuta de mando de los contenidos en línea pasó a las manos de los usuarios convertidos en prosumidores capaces de generar contenido en cualquier momento y desde cualquier sitio gracias a las nuevas tecnologías. Por lo tanto, dentro de la comunicación organizacional se abrieron nuevas vías por las cuales las marcas pueden entablar la conversación con sus comunidades en la red. Así surgió la necesidad de contar con un *community manager* que gestione las mismas. Con el paso de los años la profesión de CM ha alcanzado una popularidad significativa, y en la actualidad se pueden observar perfiles de estos profesionales *social media* que desempeñan su cometido con tácticas descorteses, empleando fórmulas difemísticas y originales en sus discursos. Y Twitter es el terreno perfecto para llevar a cabo estos métodos novedosos.

Durante la presente investigación se observará cuáles son los conocimientos que los cibernautas españoles poseen actualmente sobre los gestores de comunidades y se intentará determinar la efectividad de las estrategias de comunicación descorteses a través del caso del CM del programa de televisión de *Movistar +*, *La Resistencia*, entre otros ejemplos, así como el análisis del provecho que este saca de la naturaleza prosumidora de los usuarios en Twitter.

Palabras clave: *community management*, comunicación organizacional, redes sociales, Twitter, estrategias, discurso descortés.

TÍTULO: La ludopatía a través de las apuestas deportivas. El crecimiento de las casas de juego en España

AUTOR: Diego Rodríguez Rosales

TUTORA: Leire Gómez Rubio

RESUMEN:

En los últimos años se ha producido un notable crecimiento del sector del juego en España, especialmente en relación con el deporte. Lo que comenzó con la regularización de la Quiniela en el año 1946 ha llegado a un nuevo nivel con la aparición de las grandes casas de apuestas y especialmente con el *boom* de las apuestas deportivas. Este incremento del sector ha tenido también sus connotaciones negativas, como por ejemplo el aumento de dinero que los españoles dedican al juego o su gran incidencia en la población joven. Todo esto ocurre ante la obviedad de empresas y corporaciones, así como instituciones políticas, debido a la gran cantidad que las casas de apuestas destinan a la financiación y publicidad.

Los problemas derivados de la proliferación del juego son cada día más comunes, pero también relativamente recientes. En este trabajo se intentará exponer desde un punto de vista didáctico el porqué de este problema, desde su origen hasta la situación actual de su regulación, pasando por el motivo de su generalización. Todo ello basado en las declaraciones de cuatro personas que, desde su correspondiente posición, aportan un testimonio de peso sobre el tema. Este proyecto es de carácter profesional por lo que se ha realizado en formato podcast de 25 minutos de duración. Para contextualizar la situación de una forma más adecuada, esta memoria contiene una explicación sobre el marco actual en el que se mueven las casas de apuestas, así como los sectores directamente más afectados por las mismas. El mundo del juego vive un constante crecimiento y su normalización ha llegado para quedarse en la sociedad del siglo XXI. Pero varios sectores se han levantado ya para hacer ver que no a cualquier precio.

Palabras clave: Ludopatía, deporte, empresas de juego, casas de apuestas, población joven.

TÍTULO: Runway arts ¿Qué hay en las pasarelas?

AUTORA: Isabel Muñoz Díez

TUTORA: Leire Gómez Rubio

RESUMEN:

“Runway Arts” es un proyecto que nace con el objetivo de dar al mundo de la moda una visión subjetiva que va más allá de la típicamente comercial. Y es que la moda se aplica a todos los aspectos de la vida; nos influye en todo aquello relacionado con la forma en la que nos comportamos como sociedad. Hoy en día, este sector es uno de los que más cantidades de dinero mueve en todo el mundo, motivo por el cual en muchas ocasiones se le ha tachado de frívolo y superficial. Sin embargo, y a pesar de la resignación de muchos a aceptar este hecho, la moda es una forma de expresión y, como forma de expresión, la moda es arte. Sin embargo, desde hace siglos se le viene negando dicha condición y no ha sido hasta ahora cuando muchos estudiosos han empezado a considerar el diseño de moda como una manifestación artística de significación equivalente a la pintura o la escultura. Entonces, dado que el objetivo de los diseñadores reside en la “creación” con el fin de “expresar”, y de ahí que cada persona que integra a la amplia sociedad sienta, entienda e interiorice esas creaciones de una forma personal y profunda, podemos afirmar que la frivolidad de la que se le tacha a este sector es una creencia fundada en la parte superflua contemplada a través de su parte más comercial. Además, moda y arte en su sentido más amplio se retroalimentan: si la moda es la madre del arte, el diseño de moda es el equivalente a otras formas artísticas. Nos adentramos así en un universo que se mueve entre el simple sistema de comportamiento de cada uno de nosotros y la dimensión a la que trasladamos esas inquietudes, haciendo de la moda una actitud que abarca todos los terrenos dentro de la sociedad de masas. Es el mayor movimiento artístico que existe y que, en mayor o menor medida, nos concierne a todos. También es importante resaltar que muchos diseñadores contemporáneos se han inspirado en movimientos, obras y artistas, sobre todo pictóricos, para crear sus colecciones, en un intento muy sutil de plasmar claramente la unión y confluencia entre la moda y el arte.

Palabras clave: Moda, arte, tendencias, diseño, diseñador

TÍTULO: El valor social del fotoperiodismo en las tragedias humanitarias: La guerra de Siria y el 11-M

AUTORA: Lara Deprada Fernández

TUTORA: Mercedes Miguel Borrás

RESUMEN:

Narrar visualmente una tragedia es una ardua tarea que a menudo suele estar sujeta a numerosas críticas. La forma de dar cobertura a ciertos momentos y sucesos suele enfrentar dos consignas imprescindibles dentro de la profesión periodística: la información y el respeto a los derechos de las víctimas. A menudo por conseguir la primera se pisotea la segunda, aunque no en todos los casos por igual ni de la misma manera. En este trabajo se eligen dos tragedias cuyos protagonistas son muy diferentes, y se observa que, aunque la dureza y la inhumanidad están presentes en ambas, unos están más protegidos que otros, al menos de cara a la prensa.

Resúmenes TFG Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2019-2020. Fecha defensa: 22 julio 2020

TÍTULO: La influencia sociocultural en el cine de terror americano. Estudio de caso: *Candyman*

AUTOR: Emilio Magdaleno Pecharromán

TUTORA: Mercedes Miguel Borrás

RESUMEN:

Si el cine es hijo de la forma de sentir y pensar de una sociedad concreta, entonces el cine de terror es la representación de las angustias e inquietudes de esa sociedad. En este trabajo descubrimos si tiene cabida un estudio del cine de terror desde una perspectiva sociocultural, y para ello hemos analizado la evolución del cine de terror estadounidense, entendiendo a qué miedos responde y qué temores alimenta a lo largo de las décadas. Para apreciar dicha evolución primero creamos una base teórica que nos ayude a comprender el género y después completamos con un estudio de caso singularizado, analizando textualmente la película *Candyman*, el dominio de la mente de 1992. Después de realizar el estudio, podemos concluir que sí es posible apreciar un influjo sociocultural tanto en las tendencias generales de la industria como en películas concretas.

TÍTULO: La huella de Bertolt Brecht en la dramaturgia europea: el caso de Edward Bond y José Sanchis Sinisterra

AUTORA: Jimena Veros Esteban

TUTORA: Mercedes Miguel Borrás

RESUMEN:

Tras observar en la figura del dramaturgo alemán Bertolt Brecht una fuerte influencia en las técnicas teatrales y el pensamiento de autores europeos contemporáneos, es preciso indagar en aquellos detalles que movieron, tanto a Edward Bond como a José Sanchis Sinisterra, a seguir los pasos del autor nacido en Augsburgo en 1898. Su huella sigue presente en las formas y estructuras actuales de crear y escribir teatro, sobre todo en la obra y producción de los autores mencionados en este trabajo de investigación. Su afán didáctico e interés en causar una conciencia social en el público y conducirlo a una reflexión individual que conlleve a un cambio en los problemas de la sociedad que afectan de manera negativa a la humanidad, es el motor de su creación.

TÍTULO: La función del director de fotografía en el proceso cinematográfico a través de la trayectoria profesional de Javier Aguirresarobe

AUTOR: Pedro Flórez Mesuro

TUTORAS: Ana I. Cea Navas, Mercedes Miguel Borrás

RESUMEN:

Los espectadores desconocemos el trabajo que hay detrás de un producto audiovisual y, la importancia que le damos, es muy escasa. Como receptores, consumimos el metraje, pero pocas veces reflexionamos sobre el oficio del cine, la manera en la que se ha construido lo que estamos observando. Por esta razón, el objetivo que pretendemos conseguir con este estudio es dar a conocer las labores específicas que realiza un director de fotografía, así como poner en valor la relevancia de su trabajo en un filme y examinar un fragmento de una de sus películas, a través de un análisis de contenido y un estudio de caso. Este último, tiene como fin, mostrar las referencias estéticas creadas por su autor, en referencia a la documentación proporcionada durante el desarrollo del trabajo.

Para conocer de un modo más fiable posible, la tarea que realiza un director de fotografía dentro de un filme, hemos pensado en un profesional que tenga a sus espaldas una longeva carrera profesional, dentro de la industria cinematográfica. Por ello, la elección ha sido el director Javier Aguirresarobe, que comenzó su carrera en 1983 y, a día de hoy, sigue en activo. Aguirresarobe es considerado uno de los directores de fotografía más importantes de la cinematográfica española. Además, la trayectoria de Javier Aguirresarobe no solo ha sido cosechada en nuestro país, sino que, a través de su implicación y amor por esta profesión, ha conseguido consagrarse como uno de los mejores directores de fotografía a nivel internacional.

TÍTULO: La cobertura mediática de los atentados de París de 2015 y Estambul de 2017: Análisis del tratamiento en El País y El Mundo

AUTOR: Gonzalo López Martín

TUTORA: Dunia Etura Hernández

RESUMEN

Los ataques terroristas han causado siempre una atención especial en los medios. Una visión honesta de los hechos, junto a un grado de humanidad por parte del informador, son requeridos para hacer llegar a la población lo ocurrido en un atentado, aunque no todos reciben la misma cobertura mediática.

El objetivo de este trabajo es establecer una comparativa entre los atentados de la sala Bataclan y los alrededores del Estadio de Francia de París producidos en noviembre de 2015 y el atentado en el club Reina de Año Nuevo de 2017 en los diarios El País y El Mundo, así como intentar determinar si la cercanía geográfica y sociocultural fue determinante a la hora de informar de los ataques por parte de los medios citados.

Al mismo tiempo, otro de los objetivos es medir el impacto de cada uno de los dos atentados a través de los años, desde el día que se produjeron hasta enero de 2020, y también comparar la ocupación y el nivel de importancia proporcionado por El Mundo y El País en sus portadas relativo a cada ataque.

La metodología utilizada en esta investigación se basa en un análisis de contenido de carácter cuantitativo y cualitativo, en el que se llevó a cabo un cuádruple estudio formado por un análisis de las portadas y las noticias encontradas en el mes posterior a los atentados en El País y El Mundo, y un análisis de tipo cuantitativo del número total de noticias de ambos hechos hasta enero del 2020, con el fin de determinar el seguimiento de los atentados a lo largo del tiempo. Todo ello junto a dos entrevistas en profundidad a dos profesionales de la comunicación relacionada con el terrorismo.

Las principales conclusiones llevan a afirmar que la cobertura informativa proporcionada fue más potente y continuada en los atentados de París que en el de Turquía, así como una mayor amplitud de contenidos periodísticos diversos por parte de los dos medios y una visión más cercana y sentimental.

PALABRAS CLAVE

Terrorismo; Medios de comunicación; Bataclan; París; Atentado; Turquía; Estambul

TÍTULO: El leonesismo en El País (1976-2019): Análisis de su cobertura y su tratamiento informativo

AUTOR: Diego Sobrecueva Martínez

TUTORA: Eva Campos-Domínguez

RESUMEN:

El 27 de diciembre de 2019 se aprobaba en el Ayuntamiento de León una moción para pedir la autonomía para León, Zamora y Salamanca. Este manifiesto fue el desencadenante de una movilización que pedía la independencia de Castilla y León, así como medidas urgentes para acabar con la despoblación y la pobreza en la región. Este movimiento llamó la atención de muchos medios de comunicación nacionales y volvió a llenar titulares. Despertaba así un leonesismo que llevaba más de 30 años aletargado y alejado de la primera plana política desde su decadencia pasados los años 80, etapa de máximo apogeo. En su desarrollo, como en el de cualquier otro tipo de movimiento político, han influido los medios de comunicación tanto locales como nacionales. En este punto tiene especial importancia la teoría de la mediatización, que servirá de base para este trabajo. Este estudio aborda el papel de los medios de comunicación partiendo de referencias históricas del movimiento y tratando de comprender la influencia que estos han tenido. Para esta investigación se va a tratar la cobertura que ha dado el diario El País a esta tendencia desde su creación, el 4 de mayo de 1976, hasta el 31 de diciembre de 2019. Para analizarlo se realizará una revisión de las portadas publicadas durante ese intervalo de tiempo mediante tablas de análisis y la revisión de las noticias seleccionadas que aparecen en dichas portadas. Junto a este análisis de portadas, el presente estudio consulta a tres expertos en la materia para que compartan su punto de vista. Que son Carmen Domínguez, Alejandro Valderas y Jesús María López de Uribe.

TÍTULO: La divulgación científica en Youtube en español. Análisis de youtubers populares

AUTOR: Nicolás García Martín

TUTORA: Eva Campos-Domínguez

RESUMEN:

En los últimos años la divulgación científica ha tenido un gran crecimiento en YouTube España, gracias a los vídeos publicados por nuevos creadores de contenido que, a su vez, han ganado popularidad entre el público. El objetivo de este trabajo es investigar si ese auge está relacionado con el nuevo formato audiovisual que emplean algunos de los youtubers científicos españoles con más seguidores. Para ello, en esta investigación se analizarán los vídeos de divulgación científica más populares de los canales de CdeCiencia, EnigmaCinco y QuantumFracture, mediante una ficha analítica que combina elementos cuantitativos y cualitativos. Estos youtubers poseen en torno a un millón o más de suscriptores, y todas las producciones examinadas en este estudio tienen más de un millón de visualizaciones, algunas incluso superan los tres. Sin embargo, a pesar de contar con numeroso público, estos vídeos registran tasas de interacción muy bajas, una característica que se suele repetir en todo tipo de producciones de YouTube. El estilo de los vídeos investigados se caracteriza por sintetizar lenguaje formal y técnico, mostrar diversos recursos audiovisuales relacionados y utilizar ejemplos con hechos cotidianos para atraer y mantener la atención del espectador. Algunos de estos audiovisuales tratan temas “virales” o polémicos desde el punto científico con el objetivo de “desmitificarlos” o explicar a la audiencia su relación con las ramas del conocimiento.

TÍTULO: Suicidio “¿Y tú qué sabes!? Porqué, Quién, Cuándo, Cuánto. Dónde y Cómo. Intervenir con responsabilidad puede salvar vidas.

AUTORA: Sonsoles Rivera Pascual

TUTOR: Salvador Gómez García

RESUMEN:

El drama del suicidio se mantiene en silencio para contrarrestar el posible efecto de imitación, llamado “efecto Werther” (Álvarez Torres, Sol Mayte, 2012) que pueden ocasionar los medios de comunicación al ofrecer un tratamiento inadecuado del suicidio. La Organización Mundial de la Salud (en adelante OMS), desde el año 2013, señala el suicidio como un problema de Salud Pública que debe ser priorizado por los gobiernos de los países de todo el mundo y abordado en las políticas públicas para aumentar la conciencia general de que el suicidio es una cuestión de Salud Pública legítima. En el año 2000 esta misma organización publicó las primeras recomendaciones (2000. Organización Mundial de la Salud. [media_spanish.pdf](#), s.f.) dirigidas a los profesionales de los medios de comunicación para abordar las informaciones sobre suicidios, de las que hay una actualización del año 2017 (Organización Mundial de la Salud, 2018).

España formó parte del proyecto europeo Euregenas (European Regions Enforcing Actions Against Suicide) (Euregenas, 2014) que también proporcionó una guía para los profesionales de los medios de comunicación (Dumon, Eva & Portzky, Gwendolyn, 2013). A pesar de profundizar sobre la importancia en la forma de comunicar, el uso por los periodistas de las recomendaciones de la OMS para la prevención del suicidio no se corresponde con el flagrante problema social que el suicidio produce en las víctimas (Lois Barcia, Melani et al., 2018). En este trabajo se busca aportar textos periodísticos que complementen los que ya existen y proporcionar material básico para realizar abordajes más completos, con el fin de facilitar la prevención del suicidio.

TÍTULO: El periodismo en los eSports

AUTORA: María Martín Hoyas

TUTOR: Salvador Gómez García

RESUMEN:

Este trabajo de investigación plantea cómo los videojuegos han evolucionado hasta ser considerados por la sociedad como un nuevo “deporte”, los E-Sports e introducirse en el periodismo construyendo un nuevo entorno digital con ayuda de las plataformas de retransmisión en directo. Esta investigación se centra de manera técnica en el tratamiento de dichos deportes electrónicos en diferentes periódicos deportivos y especializados. Para ello, se les compara con la cobertura informativa de deportes más convencionales como lo es, por ejemplo, el fútbol. Además, se enfocarán las plataformas de retransmisión como un nuevo formato de visualización de contenido comparando las más destacadas como son Twitch, YouTube y Mixer con el objetivo de saber qué les hacen tan interesantes para el consumidor.

TÍTULO: Crisis económica española de 2008. Análisis de su tratamiento en ABC y El País entre el 22 de diciembre de 2008 y el 10 de enero de 2009

AUTOR: Jesús García Del Río

TUTORA: María Monjas Eleta

RESUMEN:

La crisis de las hipotecas subprime o hipotecas basura que estalló en Estados Unidos generó una profunda crisis financiera que tuvo graves consecuencias para economía mundial y generó la quiebra de varias de las entidades bancarias más importantes del país. Las consecuencias del estado de recesión llegaron a Europa provocando graves daños en las economías emergentes y desarrolladas de países como España o Grecia. El factor más relevante en esta crisis fue el sector inmobiliario que vio cómo estallaba la burbuja que se había estado inflando durante años. En España significó una bajada del PIB y una subida histórica del desempleo. Esto obligó al gobierno a tomar una serie de complicadas medidas económicas aunque ya a destiempo pues no se tuvo en cuenta la situación real en España hasta que la crisis ya estaba asentada en nuestro país. Varias de las repercusiones que afectaron al mercado español fueron la subida del precio del petróleo, el aumento del impuesto sobre el tabaco, la subida del Euribor por primera vez en la historia por encima del 5% lo que encareció la cuota mensual de las hipotecas y afectó de manera muy negativa a la economía y redujo de manera drástica la venta de hogares y la concesión de créditos, de modo que el sector inmobiliario sufrió un duro golpe.

La prensa también sufrió las consecuencias de la recesión económica ya que vio sus ventas disminuidas aunque también jugó un importante papel. Los medios de comunicación en este momento inventaron una gran cantidad de eufemismos y metáforas para referirse a la situación y tenían que tener extremo cuidado con las informaciones que publicaban porque influían directamente en la opinión pública y en los precios. Además de ese protagonismo y papel de perro guardián, la prensa participó también de manera negativa promoviendo la especulación con los activos inmobiliarios.

Este trabajo pretende analizar las noticias publicadas por dos diarios españoles: *ABC* y *El País* en un periodo de tiempo clave en el desarrollo de la crisis. Oficialmente se ha establecido el día 31 de diciembre de 2008 como el día en el que estalló la crisis económica en España, de modo que este trabajo se centra en ese periodo de tiempo y abarca desde el 22 de diciembre de 2008 hasta el 10 de enero de 2009, es decir, diez días antes y diez días después de que en España se decretara oficialmente el estado de recesión económica.

El estudio se llevará a cabo mediante un análisis de contenido con la ayuda de una ficha de análisis para codificar la información. Los resultados obtenidos se utilizarán para comprobar las 3 hipótesis planteadas al inicio del estudio que se corresponden además con los objetivos del trabajo (confirmar si alguno de los diarios avisó con anterioridad de las consecuencias de esta crisis, si la mayoría de las noticias publicadas se encuentran en la sección especializada de economía y ver si la mayoría de las fuentes utilizadas son de carácter oficial) y resolver también las preguntas de investigación.

Palabras clave: Crisis económica, hipotecas subprime, medios de comunicación, periodismo económico, análisis de contenido, agenda setting, El País, ABC.

TÍTULO: La simplificación política: un análisis de la repercusión mediática de las sesiones de control al Gobierno en los Informativos de TVE y Telecinco

AUTORA: Elena Martínez de la Huerta

TUTORA: Alicia Gil Torres

RESUMEN

En un mundo actual donde priman la inmediatez y la información resumida, la comunicación política y el periodismo se han visto imbuidos por esta tendencia. El propósito de este estudio es descubrir si existe una simplificación de la política en los medios de comunicación mediante la ejecución de un análisis sobre la repercusión mediática de las sesiones de control al Gobierno en los informativos de TVE1 y Telecinco. De esta manera, se pretende descubrir si existen diferencias en las informaciones emitidas por el canal público y el privado y si, además, estas cadenas buscan contar la información más relevante o si, por el contrario, dan protagonismo en sus informativos a la anécdota que haya marcado la sesión. Para ello se ha establecido una muestra de estudio con las cinco primeras sesiones de control al Gobierno de esta XIV legislatura y los respectivos informativos de las 21 horas de TVE1 (canal público) y Telecinco (líder de audiencia con su noticiero y de carácter privado). Los resultados arrojan diferencias significativas que ponen de manifiesto una marcada simplificación de la política en nuestros días.

TÍTULO: El Gobierno y las Redes Sociales. Análisis de los perfiles de Pedro Sánchez y Pablo Iglesias en Instagram antes y después de ser cargos públicos.

AUTORA: Sofía Tapia Cuesta

TUTORA: Alicia Gil-Torres

RESUMEN

Gracias a las nuevas tecnologías, en la comunicación política del siglo XXI priman las redes sociales como plataformas que permiten a los actores políticos desarrollar estrategias comunicativas e interactuar con la sociedad de forma directa, real e ilimitada. Este trabajo de Fin de Grado se embarca en una interesante y casi desconocida investigación, que no se centra solo en el estudio de periodos electorales y que aúna la actualidad política española con el auge de Instagram, la red social más demandada por los jóvenes y que hoy día crece de manera exponencial (WeAreSocial, 2020).

Se ha procedido al análisis de casi 1.000 publicaciones de las cuentas del presidente Pedro Sánchez y del vicepresidente segundo Pablo Iglesias enmarcadas en el periodo comprendido desde el 13 de enero de 2020 hasta el 30 de marzo de 2020. A través de un estudio cuantitativo y cualitativo se pretende descubrir con el empleo de diferentes variables en cuatro unidades de análisis (la de imagen, la de texto, la connotativa y la de interactividad) cómo son las estrategias comunicativas de ambos. A su vez, la cuestión profundiza más con el propósito de observar si la comunicación en sus cuentas de Instagram ha cambiado después de que Pedro Sánchez y Pablo Iglesias tomaran posesión de sus cargos en el primer Gobierno de coalición de la historia democrática de España.

Título: Comunicación glocal: Creación del podcast “AÑO 2100”

Autora: Marina Inmaculada Fuente Robles

Tutora: Nereida López Vidales

Resumen:

Desde el punto de vista de la comunicación, este trabajo pretende arrojar luz hacia diferentes áreas de la vida en donde la “glocalización”, entendida como la fusión entre localización y globalización, puede ser aplicada.

El resultado de la confluencia de la información local y la comunicación global a la que nos han llevado las nuevas tecnologías provoca un proceso de cambio, tanto en la manera de informar como en las audiencias que requieren dicha información. Y es que las numerosas alteraciones que la sociedad va experimentando parecen no cesar nunca. A pesar de la imposibilidad de definir cómo será el futuro, esta investigación se centra en la cuestión de hacia dónde nos dirigimos, a fin de hacer frente a los cambios, al desarrollo, la evolución y el porvenir de la sociedad antropocéntrica, tal y como se concibe hoy en día. La coexistencia de los nuevos medios y técnicas emergentes, su proliferación, y las interacciones tecnológicas hacen que, en principio o potencialmente, todos estos recursos coexistan en pie de igualdad unos con otros. La comunicación glocal trata de englobar los intereses de las comunidades para entenderlas desde cada uno de sus ámbitos locales de convivencia, por lo que constituye una parte fundamental en la formación de la identidad, la interacción social y la socialización.

A través de la recopilación de material de estudio como entrevistas, artículos, datos estadísticos y observaciones, se pretende proyectar el futuro de temas como el amor, a fin de poner de manifiesto las tareas de movilización, el desarrollo de la ciudadanía, la apropiación de la tecnología y la construcción de la comunidad “glocal” (Montagut, 2013).

Palabras clave: Podcast, actualidad, pensamiento, futuro, sociedad.