

6. RECURSOS HUMANOS

6.1. LÍNEAS Y EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN

6.1.1. Líneas de investigación

Las líneas de investigación contempladas en el presente Programa de Doctorado son las siguientes:

1. Procesos de creación audiovisual y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Teoría, análisis y estética de los textos audiovisuales y de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas.
3. Narrativa audiovisual, hipermedia y publicitaria.
4. Tendencias artísticas y estéticas en la comunicación audiovisual, de la publicidad y las relaciones públicas.
5. Gestión económica y social de la producción de contenidos y servicios audiovisuales y de la publicidad y las relaciones públicas.
6. Cultura digital en el audiovisual y la publicidad.
7. Aspectos jurídicos y éticos de la comunicación audiovisual y de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
8. Las relaciones internacionales en la comunicación audiovisual y en la publicidad y relaciones públicas.
9. Diagnóstico, evaluación y gestión de intangibles de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas): marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación.
10. Procesos de planificación de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
11. Aplicación de la comunicación audiovisual y de las organizaciones a los sectores de especialización (entre otros, sanitario, cultural, artístico, público, empresarial, sin ánimo de lucro, social, político, etc.)
12. Formación y perfiles profesionales en la comunicación audiovisual, y en la publicidad y las relaciones públicas.
13. Tecnologías audiovisuales, su impacto y aplicaciones, especialmente de los contenidos digitales.
14. Historia del cine y de los medios audiovisuales y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).

15. Gestión del patrimonio documental audiovisual y publicitario, en televisión, radio, cine y fotografía. Información y documentación del audiovisual y las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
16. Procesos de interacción y recepción en la comunicación audiovisual y de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
17. Fundamentos epistemológicos y metodológicos para el estudio del diagnóstico y evaluación de la eficacia de la comunicación.
18. Implicaciones que tienen los efectos de los medios para la comunicación de organizaciones.
19. Cultura y consumo de masas respecto a la comunicación.

6.1.2. Profesores participantes en el Programa de Doctorado

Los datos globales de los profesores del programa distribuidos por categorías se indican en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución de profesores por categorías		
Categoría	Número	Porcentaje
Catedrático de Universidad	16	33,3
PT acreditado a Catedrático	1	2
Profesor Titular	20	41,6
Contratado doctor	9	18,7
Emérito	2	4,1
TOTAL profesores	48	100%
Total profesores numerarios	39	81,2

Los profesores del programa reúnen los méritos de investigación que se indican en la Tabla 2.

Tabla 2. Datos de la capacidad investigadora de los profesores del programa	
Total tramos de investigación	87 (1,8 por profesor)
Total tesis defendidas entre 2008-2012	142 (2,9 por profesor)
Total de profesores con al menos un tramo de investigación	37 (77'1%)
Total profesores con tramo de investigación o con tesis dirigidas entre 2008-2012	46 (95'8%)
Total de profesores participantes en proyectos de investigación activos	43 (70,5%)
Total tesis con mención europea	15'2%

Por lo que se refiere a la confirmación de los méritos que avalan la condición de doctores con experiencia investigadora acreditada, se ofrece la siguiente información

- 1. Profesores con sexenio vivo: 29**
- 2. Profesores que avalan con cinco publicaciones: 2**
- 3. Total de profesores propuestos: 48**
- 4. Total de profesores de experiencia investigadora acreditada en todos los conceptos: 31**
- 5. Porcentaje de profesores de experiencia investigadora acreditada en todos los conceptos: 64,5%**

La relación de publicaciones que avala a los profesores del grupo 2, es la siguiente (Tabla 2 bis):

NOMBRE PROFESOR (ORDEN ALFABÉTICO)	PUBLICACIONES (Se completa la autoría cuando es preciso)	ÍNDICE
CALDEVILLA, DAVID	Caldevilla, D. (2012): <i>Implicaciones de la nueva ley de financiación de TVE</i> , en Estudios sobre el mensaje periodístico. Diciembre. JCR (4º)	JCR IN RECS GOOGLE H
	Caldevilla, D. (2012): <i>La publicidad en España como elemento de marketing: límites</i> . Estudios sobre el mensaje periodístico. Octubre. JCR (4º)	JCR IN RECS GOOGLE H
	Caldevilla, D. (2011): <i>Las independencias americanas: historiografía, prensa e identidad criolla</i> . Historia y Comunicación social. Diciembre. ISI (4º)	JCR IN RECS
	Caldevilla, D. (2010): <i>Las Relaciones Públicas, una necesidad empresarial</i> . Historia y comunicación en la España contemporánea. Madrid: Ed. Complutense.	
DELTELL, LUIS	Deltell, L. (2012): <i>El símbolo perdido: estética y pensamiento en las adaptaciones cinematográficas de obras de Antonio Buero Vallejo</i> . Comunicación y Sociedad. Octubre.	JCR
	Deltell, L. (aceptado y para publicar en junio)	JCR

	2013): <i>Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter. Caso de estudio: El Barco</i> . Estudio de Mensaje periodístico.	
	Deltell, L. (aceptado y para publicar en enero 2015): <i>Campanas a medianoche: Antonio Buero Vallejo adapta a Orson Welles</i> . Rilce.	JCR
	Deltell, L.; Osteso, J.; Claes, F. (2013): <i>Twitter en las campañas comunicativas de películas cinematográficas</i> . El Profesional de la Información. Vol. 22, No. 2. Marzo-abril.	JCR
	Deltell, L; García, E (2012): <i>La Guía Docente: un reto en el nuevo modelo de educación universitaria</i> . Estudios sobre el Mensaje Periodístico. No. Especial. Octubre.	JCR

Además, los profesores que participarán en el programa de doctorado cuentan con una dilatada trayectoria investigadora en las líneas de investigación indicadas.

- Las líneas de investigación se apoyan en proyectos I+D+i actualmente vigentes en los que participan profesores del programa de doctorado propuesto. Varios de los Investigadores Principales de estos proyectos son también profesores del programa. Los profesores han participado además en proyectos de investigación de forma continuada antes del quinquenio que aquí se contempla. Los programas responden a diversas convocatorias: desde la general del ministerio correspondiente (Educación, Innovación o Economía en función de las divisiones administrativas de cada periodo) a las específicas de otros ministerios (Defensa, Igualdad, Cultura, etc.), además de las propias de la Comunidad Autónoma de Madrid. **Hay un total de 118 participaciones en proyectos competitivos en los últimos cinco años, de los cuales 43 están vigentes en la actualidad.**
- Los profesores son autores de **publicaciones en revistas científicas nacionales e internacionales** del sector, tanto en revistas indexadas del ISI (*Comunicación y Sociedad, Comunicar, Hispania, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Historia Crítica, History of Photography, Journal of Communication, European Journal of Communication, Public Relations Review, Journal of Political Communication, International Journal of Press and Politics, Interaction: Studies in Communication and Culture*, entre otras) como en las revistas de los primeros cuartiles de InRecs y revistas de Latindex (*Revista Latina de Comunicación Social, Zer, Anàlisi, Telos,*

Doxa Comunicación, Questiones publicitarias, Pensar la publicidad, Icono 14, Comunicación y Sociedad –México-, etc.).

- Participan activamente en **las asociaciones nacionales e internacionales** más importantes del ámbito de la Comunicación de Organizaciones, así como en los congresos y reuniones anuales que éstas organizan: AE-IC, ICA, ECREA, EUPRERA.
- Tienen larga experiencia docente **en los programas de Doctorado** existentes hasta ahora en la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense que propone ahora este programa.

Los profesores del programa están distribuidos en seis equipos de investigación, como se indica en la Tabla 3.

Tabla 3. Equipos de investigación

Creatividad de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP	Gestión economía y social de la comunicación y las industrias culturales	Planificación y estrategia de la comunicación	Tecnología de la comunicación y contenidos digitales	Historia de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP	Epistemología de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP
AVALES	AVALES	AVALES	AVALES	AVALES	AVALES
GARCÍA GARCÍA, Francisco GONZÁLEZ REQUENA, Jesús LÓPEZ, Mercedes	BUSTAMANTE, Enrique BENAVIDES, Juan COLORADO, Arturo	VILLAFÑE, Justo CANEL, María José MÍNGUEZ, Norberto	VIVAR, Hipólito MORENO, Isidro GARCÍA NIETO, Teresa	MONTERO, Julio RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo PAZ, María Antonia	PIÑUEL, José Luis SEGOVIA, Ana Isabel CÁCERES, Dolores
EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO	EQUIPO
ARROYO FERNANDEZ, Ma Dolores AUMENTE RIVAS, Pilar MANZANO ESPINOSA, Cristina	CALDEVILLA, David CHAVES, Miguel Ángel COUSIDO, Pilar CORREDOIRA, Loreto LARRAÑAGA, Julio SÁNCHEZ DE DIEGO, Manuel	ARCEO, Alfredo ARCEO, José Luis CUESTA, Ubaldo G. GUARDIA, María Luisa REYES, Maribel SOLANO, Luis Felipe VILLAGRA, Nuria	ALFEO, Juan Carlos CLEMENTE, Jorge GARCÍA, Alberto ORTIZ, Miguel Ángel RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	DELTELL, Luis DEL VALLE, Félix GUTIÉRREZ ESPADA, Luis MARCOS, Mar	ABRIL, Gonzalo ALADRO, Eva GAITÁN, Juan Antonio EGUIZABAL MAZA, Raúl VALBUENA, Felicísimo

1. Procesos de creación audiovisual y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Teoría, análisis y estética de los textos audiovisuales y de los mensajes publicitarios y de relaciones públicas.
3. Narrativa audiovisual, hipermedia y publicitaria.

Tendencias artísticas y estéticas en la comunicación audiovisual, de la publicidad y las relaciones públicas.

Datos totales de los profesores del grupo 1	
Total profesores	6
Catedrático de Universidad	3
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	2
Profesor Titular Interino	0
Contratado doctor	0
Emérito	1
Total tesis defendidas (2008-2012)	42
Total tramos de investigación	12

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	Año del último sexenio
ARROYO FERNANDEZ, M ^a Dolores	UCM	TITULAR	(2008)
AUMENTE RIVAS, Pilar	UCM	TITULAR	
MANZANO ESPINOSA, Cristina	UCM	TITULAR	

Los avales del Equipo 1 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
GARCÍA GARCÍA, Francisco	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2012)	34
GONZÁLEZ REQUENA, Jesús	UCM	CATEDRÁTICO	5 (2011)	6
LÓPEZ, Mercedes	UCM	CATEDRÁTICA	3 (2007)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia

Plan Nacional I+D "Ciudadanía digital y open data Access: empoderamiento ciudadano a través de los medios sociales en el entorno digital"	2013- 2015	MECD (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte). Referencia: CSO2012-30756
Investigador principal Francisco García García		
Número de investigadores: 20		

Grupo 2. Gestión económica y social de la comunicación e industrias culturales

Líneas de investigación:

1. Gestión económica y social de la producción de contenidos y servicios audiovisuales y de la publicidad y las relaciones públicas.
2. Cultura digital en el audiovisual y la publicidad.
3. Aspectos jurídicos y éticos de la comunicación audiovisual y de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
4. Las relaciones internacionales en la comunicación audiovisual y en la publicidad y relaciones públicas.

Datos totales de los profesores del grupo 2	
Total profesores	9
Catedrático de Universidad	2
PT acreditado a Catedrático	1
Profesor Titular	5
Titular Interino	0
Contratado doctor	1
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	31
Total tramos de investigación	15

CHAVES, Miguel Ángel	UCM	TITULAR	
----------------------	-----	---------	--

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
CALDEVILLA, David	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
COUSIDO, Pilar	UCM	TITULAR	(2003)
CORREDOIRA, Loreto	UCM	TITULAR	
LARRAÑAGA, Julio	UCM	TITULAR	(2010)
SÁNCHEZ de DIEGO, Manuel	UCM	TITULAR	(2000)

Los
av
ales
del

Equipo 2 son los siguientes:

Nombre	Unive rsidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendida s (2008- 2012)
BUSTAMANTE, Enrique	UCM	CATEDRÁTICO	5 (2010)	11
COLORADO, Arturo	UCM	PT acreditado a Catedrático	3 (2008)	1
BENAVIDES, Juan	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2010)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Arquitectura, urbanismo y representación en la construcción de la imagen de los barrios artísticos	2013-2015	Ministerio de Economía y Competitividad HAR2012-38899-C02-02
Investigador principal Miguel Ángel Chaves		
Número de investigadores: 6		

Grupo 3. Planificación y estrategia de la comunicación

Líneas de investigación:

1. Diagnóstico, evaluación y gestión de intangibles de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas): marca, responsabilidad social corporativa, liderazgo y reputación.
2. Procesos de planificación de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
3. Aplicación de la comunicación audiovisual y de las organizaciones a los sectores de especialización (entre otros, sanitario, cultural, artístico, público, empresarial, sin ánimo de lucro, social, político, etc.).

Datos totales de los profesores del grupo 3	
Total profesores	10
Catedrático de Universidad	4
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0
Contratado doctor	2
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	16

Total tramos de investigación	15
-------------------------------	----

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
ARCEO, Alfredo	UCM	TITULAR	(2006)
ARCEO, José Luis	UCM	CATEDRÁTICO	(2007)
CUESTA, Ubaldo	UCM	CATEDRÁTICO	(1994)
G. GUARDIA, María Luisa	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
REYES, Maribel	UCM	TITULAR	
SOLANO, Luis Felipe	UCM	CONTRATADO DOCTOR	(2011)
VILLAGRA, Nuria	UCM	TITULAR	(2010)

Los avales del Equipo 3 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
VILLAFANE, Justo	UCM	CATEDRÁTICO	4 (2011)	1
CANEL, María José	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2009)	1
MÍNGUEZ, Norberto	UCM	TITULAR	2 (2007)	1

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Plan Nacional I+D+i "Nuevas tendencias del paradigma ficción/no ficción en el discurso audiovisual español (2000-2010)"	2010-2013	Ministerio de Ciencia e Innovación CSO 2009 - 07089
Investigador principal Norberto Mínguez		
Número de investigadores: 6		

Grupo 4. Tecnología de la comunicación y contenidos digitales

Líneas de investigación:

1. Formación y perfiles profesionales en la comunicación audiovisual, y en la publicidad y las relaciones públicas.

2. Tecnologías audiovisuales, su impacto y aplicaciones, especialmente de los contenidos digitales.

Datos totales de los profesores del grupo 4	
Total profesores	8
Catedrático de Universidad	1
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0
Contratado doctor	3
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	14
Total tramos de investigación	9

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
ALFEO, Juan Carlos	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
CLEMENTE, Jorge	UCM	TITULAR	
GARCÍA, Alberto	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
ORTIZ , Miguel Ángel	UCM	CONTRATADO DOCTOR	(2012)
RODRÍGUEZ TRANCHE, Rafael	UCM	TITULAR	(2010)

Los avales del Equipo 4 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)
VIVAR, Hipólito	UCM	CATEDRÁTICO	2 (2011)	3
MORENO, Isidro	UCM	TITULAR	2 (2011)	1
GARCÍA NIETO, Teresa	UCM	TITULAR	1 (2009)	2

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada	2012-2014	Ministerio de Ciencia e Innovación

"Conocimiento aumentado y accesibilidad. La representación museográfica de contenidos"		HAR2011-25953
Investigador principal Isidro Moreno Sánchez		
Número de investigadores: 16		

Grupo 5. Historia de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas

Líneas de investigación:

1. Historia del cine y de los medios audiovisuales y de la comunicación de organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Gestión del patrimonio documental audiovisual y publicitario, en televisión, radio, cine y fotografía. Información y documentación del audiovisual y las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).

Datos totales de los profesores del grupo 5	
Total profesores	7
Catedrático de Universidad	4
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	2
Titular Interino	0
Contratado doctor	1
Emérito	0
Total tesis defendidas (2008-2012)	27
Total tramos de investigación	14

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año del último)
DELTELL, Luis	UCM	CONTRATADO DOCTOR	
DEL VALLE, Félix	UCM	TITULAR	(1999)
GUTIÉRREZ ESPADA, Luis	UCM	CATEDRÁTICO	(1999)
MARCOS, Mar	UCM	TITULAR	

Los avales del Equipo 5 son los siguientes:

Nombre	Universidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendidas (2008-2012)

MONTERO, Julio	UCM	CATEDRÁTICO	2 (2007)	6
RODRÍGUEZ MERCHÁN, Eduardo	UCM	CATEDRÁTICO	4 (2010)	7
PAZ, María Antonia	UCM	CATEDRÁTICO	3 (2011)	3

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Subprograma de proyectos de investigación fundamental no orientada "Televisión y cultura popular durante el franquismo: programación, programas y consumo televisivo (1956-1975)"	2011-2014	Ministerio de Ciencia e Innovación HAR2011-27937
Investigador principal Julio Montero Díaz		
Número de investigadores: 19		

Grupo 6. Epistemología de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas

Líneas de investigación:

1. Procesos de interacción y recepción en la comunicación audiovisual y de las organizaciones (publicidad y relaciones públicas).
2. Fundamentos epistemológicos y metodológicos para el estudio del diagnóstico y evaluación de la eficacia de la comunicación.
3. Implicaciones que tienen los efectos de los medios para la comunicación de organizaciones.
4. Cultura y consumo de masas respecto a la comunicación.

Datos totales de los profesores del grupo 6	
Total profesores	8
Catedrático de Universidad	2
PT acreditado a Catedrático	0
Profesor Titular	4
Titular Interino	0
Contratado doctor	0
Emérito	2
Total tesis defendidas (2008-2012)	17
Total tramos de investigación	20

NOMBRE Y APELLIDOS	UNIV	CATEGORÍA	NÚMERO SEXENIOS (año)

			del último)
ABRIL, Gonzalo	UCM	EMÉRITO	(2004)
ALADRO, Eva	UCM	TITULAR	(2010)
EGUIZÁBAL MAZA, Raúl	UCM	CATEDRÁTICO	(2003)
GAITÁN, Juan Antonio	UCM	TITULAR	(1998)
VALBUENA, Felicísimo	UCM	EMÉRITO	(2008)

Los avales del Equipo 6 son los siguientes:

Nombre	Unive rsidad	Categoría	Sexenios (año)	Tesis defendid as (2008- 2012)
PIÑUEL, José Luis	UCM	CATEDRÁTICO	6 (2012)	4
CÁCERES, María Dolores	UCM	TITULAR	2 (2008)	1
SEGOVIA, Ana Isabel	UCM	CONTRATADO DOCTOR	2 (2012)	2

Datos del proyecto de investigación activo:

Programa y título del proyecto	Duración	Entidad financiadora y referencia
Plan Nacional I+D+i "El discurso hegemónico de los Media sobre el "Cambio Climático" (Riesgo, Incertidumbre y Conflicto) y prueba experimental con discursos alternativos entre jóvenes".	2010- 2013	Ministerio de Ciencia e Innovación CSO2010-16936COMU
Investigador principal José Luis Piñuel		
Número de investigadores: 11		

5.1.3. Referencia completa de un total de 25 contribuciones científicas de los últimos cinco años.

Equipo 1. Creatividad de la comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas.

GARCIA, F., FERNANDEZ, P. y BAÑOS, M. (2011) Structures and archetypal context in advertising communication. *Comunicar*, 37, 187-194, 1134-3478, 2011, **JCR: 0.470**, Posición: 51 de 72 in Comunicación)

GARCIA. F. y ROSADO, Ma. J. (2012) Conductas Sociocomunicativas de los nativos digitales y los jóvenes en la Web 2.0. *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación.

GONZÁLEZ, J. (2011) *Escenas fantasmáticas. Un diálogo secreto entre Alfred Hitchcock y Luis Buñuel / Phantasmatic Scenes. A secret dialogue between Alfred Hitchcock and Luis Buñuel*. Granada: Centro José Guerrero. ISBN: 978-84-7807-507-2, Depósito Legal: GR-1814-2011, Centro José Guerrero, 358 pp., traducción al inglés, 2011.

LÓPEZ, M. (2008) La città come spazio della comunicazione visuale: panorama, diorami e lo sguardo del poeta. *Esperienze Letterarie*, 33 (4), 29-46. 0392-3495, ERI.

Equipo 2. Gestión económica y social de la comunicación e industrias culturales.

BUSTAMANTE, E. (2008) Public Service in the Digital Age: Opportunities and Threats in a Diverse Europe (pags. 186-215). En I. FERNÁNDEZ ALONSO y M. de MORAGAS I SPÁ (Eds.) *Communication and Cultural Policies in Europe*. Barcenola: Incom/ Universidad Autónoma de Barcelona-Cátedra Unesco de Comunicación. Barcelona. 2008. ISBN:978-84-393-7866-2

BUSTAMANTE, E. (2011) Las industrias creativas: polémica sobre una moda polifacética (pp. 15-19). En E. BUSTAMANTE (Ed.). GEDISA, Barcelona. ISBN:978-84-9784-611-0. 7,39, del índice SPI (CSIC) y la 34 en Ciencias Sociales, con 35,51.

BUSTAMANTE, E. (2008) *Historia de la RTV en España: Storia Della radio e Della televisione in Spagna. Il Lato Debole Della democrazia*. Roma: RAI/ERI. ISBN: 978883971443/ 978883971442-8 (2 vol.) Editorial de la radiotelevisión pública italiana, ERI/RAI, 920 págs.

COLORADO, Arturo (2008) *Éxodo y exilio del arte. La odisea del Museo del Prado durante la Guerra Civil*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978-84-376-2441-9, Cátedra, pp. 400, 2008.

Equipo 3. Planificación y estrategia de la comunicación.

CANEL, M. J. (2012) Communicating strategically in the face of terrorism. *Public Relations Review*, 38 (2), 214-222, 0363-8111, **JCR: 0.726**.

SANDERS, K.; CANEL, M^a. J. y HOLTZ-BACHA, C. (2011). Communicating governments. A three country comparison of how governments communicate with citizens, *International Journal of Press and Politics*, 16 (4), 523-547, 1940-1612, **JCR: 1.065** 36 de 149 in Political Science; y 22 de 72 in Communication.

CANEL, M^a. J. y SANDERS, K. (2010). Para investigar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión, *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 7-48, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación).

MÍNGUEZ, N. (2012) Pensar con imágenes: Tres ensayos cinematográficos. *Revista de Occidente*, 371, 63-82, 0034-8635, **ISI: 10** de 82

VILLAFANE, J. (2012) La relación empresa-sociedad en la crisis actual en Informe Anual 2012. *La comunicación empresarial y la gestión de los*

intangibles en España y Latinoamérica. Madrid: Pearson. ISBN: 9788415552093, Pearson.

Equipo 4. Tecnología de la comunicación y contenidos digitales.

VIVAR, H. y GARCIA, A. (2012) La adaptación de la formación reglada y continua a la Comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 67, 347-361, 1138-5820, **IN RECS:** 0.676, 1 de 17, 1º Cuartel in Comunicación.

MORENO, I. (2012) Conocimiento aumentado y accesibilidad en los museos del Cusco. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, 117, 48-54. 1390-1079, CIRC.

RODRÍGUEZ, R. y SÁNCHEZ, V. (2011) *El pasado es el destino. Propaganda y cine del bando nacional durante la Guerra Civil*. Madrid: Cátedra/Filmoteca Española, ISBN 978-84-376-2840-0.

Equipo 5. Historia de la Comunicación Audiovisual, la Publicidad y las Relaciones Públicas

MONTERO, J.; ORTIZ-ECHAGÜE, J. (2011) Documentary Uses of Artistic Photography: Spain. Types and Costumes by José Ortiz Echagüe". *History of Photography*, 35, (4), 2011, 394 - 415.

PAZ, M^a. A. y MONTERO, J. (2011) The Spanish Civil War on Televisión española during the Franco era (1956-1975. *Comunicación y Sociedad*, 24 (2) 132-149, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación.

PAZ, M^a. A. y MONTERO, J. (2010) Las profecías son noticia. El uso del futuro en la información televisiva española sobre la crisis de Irak (24 de febrero-20 de marzo)". *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 2010, 153-174, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación)

PAZ, M^a. A. y CABEZA, J. (2010) La realidad que vieron los españoles. El cine de no-ficción durante la II República española (1931-36). *Hispania*, 7 (236), 737-764, 0018-2141, **JCR.**

RODRÍGUEZ, E. (2008) La definitiva renovación generacional (1990-2005). En Miradas sobre el pasado y presente del cine español. Foro Hispánico 32. Ámsterdam-New Cork: Pietsie Feesntra y Hub Hermnas (ed.), ISBN: 978-90-420-2473-1, pp. 23-29, 2008.

Equipo 6. Epistemología de la Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas

PIÑUEL, J. L. y GAITÁN, J. A. (2010) El discurso hegemónico sobre la verdad y la comunicación en la autorreferencia mediática en Prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 572-594, 1138-5820, IN RECS: 0.676, 1 de 17, 1º Cuartel in Comunicación.

CÁCERES, M^a. D. y DÍAZ, P. (2008) La representación del cuerpo de la mujer en la publicidad de revistas femeninas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 309-327, 1134-1629, **JCR: 0.145**, 69 de 72 in Comunicación.

ALMIRON, N. y SEGOVIA, A. I. (2012) Financialization, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top Media Companies: The Case of Grupo Prisa. *International Journal of Communication*, 6, **JCR**.

BAS, J. J.; SEGOVIA, A. I.; LLORENS, C.; ALMIRON, N.; GRAU, H. y SUAREZ, R. (2011) Communication Policies and the Protection of Pluralism in the European Union and the United States. *Comunicación y Sociedad*, 24 (2), 41-75, 0214-0039, **JCR: 0.205**, Posición 65 de 72 in Comunicación)

5.1.4. Datos relativos a 10 tesis doctorales.

1. URQUIZA, R. (2008) Televisión digital terrestre en Europa y Estados Unidos. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Enrique Bustamante).

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

URQUIZA, R. (2009) "La digitalización televisiva en Estados Unidos". *Telos*, 81, 41-50.

2. BECEIRO, S. (2009) Televisión por satélite en Europa y España. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Enrique Bustamante)

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

BECEIRO, S (2010) "Tendencias de la televisión de pago en Europa. Las plataformas de televisión por satélite". *Telos* nº 83. Abril, 127-137. Número 1 en el ranking IN-RECS , como la más citada durante una década, de 2001 a 2011.

3. PAZ GARCÍA, P. (2010) El agotamiento del modelo cinematográfico analógico. 9 de diciembre de 2010. Universidad Complutense de Madrid. Cum laude (Dir. Enrique Bustamante)

PUBLICACIONES DERIVADAS DE IMPACTO

PAZ GARCÍA, Cristina (2011) La digitalización de la industria cinematográfica. *Telos* nº 88. Julio, pags. 75-88) ISSN: 0213-084-X

4. GURRIONERO, M. (2010) La eficacia de las estrategias de comunicación del Gobierno de España (2004-2008) ante el terrorismo. Análisis comparado de discursos y frames mediáticos desde la teoría dramática de Burke. Universidad Complutense de Madrid (Dir. María José Canel Crespo).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO

CANEL, M^a. J. & GURRIONERO, M. (2012) "La comunicación estratégica desde la dramática burkeana. Propuesta de una matriz de análisis de la eficacia de la comunicación gubernamental". In CUESTA, Ubaldo, CANEL, María José & GURRIONERO, Mario (Eds.), (2012). *Comunicación y terrorismo* (pp. 73-97). Madrid: Tecnos.

5. MENÉNDEZ HEVIA, Tania (2012) *Efectos emocionales y cognitivos de la comunicación en terrorismo: planteamiento de un modelo de procesamiento de la información y desarrollo empírico*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Ubaldo Cuesta).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

Cuesta, Ubaldo; Menéndez, Tania y Gaspar, Sandra (2012): "Efectos de la comunicación de terrorismo: Propuesta de un modelo neocognitivo de procesamiento de la información". En Cuesta, U., Canel, M.J., García, M. Comunicación y Terrorismo: Madrid: Editorial Tecnos.

6. VINADER, R. (2009) *La TDT en la Comunidad de Madrid: motor del cambio de las televisiones locales*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Hipólito Vivar).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

VINADER, R. (2010) "Televisión convencional y televisión móvil: Estrategias para contenidos televisivos en movilidad". *Telos*, 83, 120-126.

7. MATEOS, J. (2008) *A la caza del espectador. Las estrategias de programación en el inicio de la televisión privada en España (1990-1994)*. Universidad Complutense de Madrid (María Antonia Paz).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

MATEOS, J. (2010) "TVE como arma política. Debate sobre la televisión pública española en 1992": *Historia crítica*, nº 42, Universidad de los Andes (Colombia),. (JCR)

8. SEGADO, F. (2008) *El humor gráfico durante la Transición*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. María Antonia Paz).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

SEGADO, F. (2008) Una pesadilla obsesiva: la crisis económica y la transición española a la democracia a través del humor gráfico (1974-1977). *Comunicación y sociedad*, 21 (2), 141-169.

9. GÓMEZ, S. (2008) *Radio nacional de España (1937-1960)*. Universidad Complutense de Madrid (Dir. Julio Montero).

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

GÓMEZ, S. (2009) Entretenimiento y fe en las ondas: las emisiones religiosas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1939-1959). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 15, 261-276.

10. GIL, F. (2009) Construyendo a la mujer ideal: mujer y censura cinematográfica durante el franquismo (1939-1963). Universidad Complutense de Madrid (Dir. Julio Montero)

PUBLICACIONES DERIVADAS CON IMPACTO:

GIL, F. y GÓMEZ, S. (2010) "Mujer, noviazgo y censura en el cine español: 1939-1963". *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 135-152.

1.2 Mecanismos de cómputo de la labor de tutorización y dirección de tesis doctorales

<http://www.ucm.es/normativa>