

## FICHA DE ADSCRIPCIÓN DE PROFESORES DEL PROGRAMA DOCTORADO EN PERIODISMO D9AK

### I. DATOS PERSONALES

NOMBRES Y APELLIDOS: MARÁ LORDES VINUESA TEJERO  
CARGO/CATEGORÍA: PROFESORA CONTRATADA DOCTORA  
DEPARTAMENTO/SECCIÓN: SECCIÓN DEPARTAMENTAL DE SOCIOLOGÍA APLICADA  
CORRE-E: mlourdes@ucm.es  
TELEFONO (UCM) : 91 394 2151  
PAGINA WEB:

**II. LINEA TRONCAL DE INVESTIGACIÓN: G.3.** Teoría de la información y la comunicación, semiótica y aspectos estructurales y sociológicos del espacio público y el periodismo.

**III. LINEAS DE INVESTIGACIÓN** (citar hasta un máximo de 3 de las 25 líneas de investigación del programa. *Ver más bajo*)

1. Comunicación política.
2. Opinión pública y cultura de masas.
3. . Historia de la comunicación social, del periodismo, de la publicidad y de la propaganda.

**IV. PRODUCCION CIENTÍFICA** (datos de últimas 3 publicaciones Artículos, capítulos o libros)

- 1." La transformación de los campos de identidad como estrategia informativa: el caso de la jornada y reforma en el desafuero de Andrés Manuel López Obrador", en revista *Estudio sobre el mensaje periodístico* vol. 23 (2) 2017
- 2." Political advertising and its effect on a pluralist electoral coverage. a case study of the 2009 Chilean presidential elections", en revista *Prisma Social*, nº 17, 2016
3. "Las encuestas de opinión como estrategia de comunicación política en España: las elecciones generales de diciembre de 2015", en *Estrategias en comunicación y su evolución en los discursos*, MacGrawHill, 2016, pp.

**V. Nº SEXENIOS:** 1, Pedido tramo 2012-2017)

**VI. Nº TESIS DOCTORALES DIRIGIDAS :** CINCO

**VII. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN:** (participación en proyectos de investigación competitiva: EU, MEC, UCM, Art. 83. DATOS DE PROYECTO RECIENTE: título, convocatoria, IP, nro. Investigadores, duración).

- LOS ESTADOS Y EL CONTROL DE LA OPINIÓN PÚBLICA. INVESTIGACIONES, DEBATES Y POLÍTICAS DE PROPAGANDA EN EL INICIO DE LA ERA DE MASAS, 1919-1939, HAR2013-44032-P, 2014-2017, Ministerio de Economía y Competitividad;
- OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA REPÚBLICA ROMANA (SIGLOS II-I a. de C.), HAR 2013-43496-P 2014-2016, Ministerio de Economía y Competitividad;
- LOS MOMENTOS HISTÓRICOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA, HAR2009-08461/SUBPROGRAMA HISTHAR2009-08461/SUBPROGRAMA HIST, 2010-2013, Ministerio de Economía y Competitividad;
- EFECTOS DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS EN LA DECISIÓN DE VOTO EN LA COMUNIDAD DE MADRID (2011), CCG10-UCM/HUM-4942, 2011, Universidad Complutense de Madrid
- EL CONCEPTO" OPINIÓN PÚBLICA EN EL MUNDO CONTEMPORÁNEO", HUM2006-00566/HISTHUM2006-00566/HIST, 2006-2009, Ministerio de Educación y Ciencia;

--

### **GRUPOS Y LÍNEAS TRONCALES DE INVESTIGACIÓN Y ADSCRIPCIÓN TEMÁTICA**

- G.1.** Profesionalismo periodístico, mediación pública y filología aplicada al periodismo.
- G.2.** Periodismo especializado, tecnologías y aspectos empresariales y de gestión documental de la información.
- G.3.** Teoría de la información y la comunicación, semiótica y aspectos estructurales y sociológicos del espacio público y el periodismo.
- G.4.** Aspectos histórico-jurídicos del periodismo y la comunicación social y su papel en las relaciones internacionales.

### **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE DOCTORADO EN PERIODISMO (Aprobados por ANECA)**

1. Estructuras narrativas y argumentativas del periodismo. Retórica y argumentación.
2. Literatura, periodismo y medios de comunicación.
3. Divulgación de la ciencia y de la cultura.
4. Historia de la comunicación social, del periodismo, de la publicidad y de la propaganda.
5. Derecho a la información y a la comunicación.
6. Geopolítica y relaciones internacionales.
7. Comunicación política.
8. Opinión pública y cultura de masas.
9. Biblioteconomía, fuentes y documentación
10. Comunicación: género y movimientos sociales.
11. Ética y deontología.
12. Teoría de la información: lenguaje y cognición.
13. Teoría del periodismo y nuevos movimientos de profesionalismo.
14. Análisis lingüístico del discurso. Semántica, pragmática y sociolingüística.
15. Escritura creativa: El discurso artístico.
16. Semiótica y análisis del discurso.
17. Análisis y modelos de la sociedad de la información.
18. Organización y gestión de la empresa de comunicación.
19. Economía, finanzas e investigación de mercados.
20. Tecnologías de la información y de la comunicación aplicadas a la producción periodística y el Ciberperiodismo.
21. Sistema editorial: agentes, edición de texto y formas de difusión.
22. Comunicación institucional, empresarial y gabinetes de prensa.
23. Periodismo audiovisual y multimedia.

24. Medios de comunicación: Educación y cultura.

25. Estructuras de la comunicación y desarrollo.