

Autor: NATALIA QUINTAS FROUFE

Título de la tesis: *La perspectiva comunicativa del proyecto Galicia Moda: un caso práctico en el estudio de la comunicación de la moda*

Director: AURORA GARCÍA GONZÁLEZ

Lugar y fecha de lectura: Universidad de Vigo, 27 de junio de 2008

TRIBUNAL: Presidente: MANUEL FERNÁNDEZ AREAL (Universidad de Vigo); **Vocal:** MARÍA ANTONIA PAZ REBOLLO (Universidad Complutense de Madrid); **Vocal:** FRANCISCO CAMPOS FREIRE (Universidad de Santiago de Compostela); **Vocal:** MARTA ROEL VECINO (Universidad Católica de Murcia); **Secretaria:** MERCEDES ROMÁN PORTAS (Universidad de Vigo)

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La presente tesis doctoral estudia cómo se desarrolló el proceso de cambio desde la inexistencia de un sector de la moda en Galicia a la formación de la moda gallega tras la aplicación de acciones comunicativas insertadas en el proyecto Galicia Moda. Bajo la denominación Galicia Moda, un programa impulsor del desarrollo del sector textil-confección en la comunidad autónoma gallega, se crearon una asociación, una empresa y una revista homónimas que desarrollaron una serie de acciones comunicativas durante un periodo de diez años (1982-1992). La metodología aplicada respecto al objeto de estudio responde a la del estudio de casos.

Autor: RICARDO VACA BERDAYES

Título de la tesis: *Estudio del valor de la audiencia televisiva de dos cadenas españolas emergentes. El caso de Cuatro y la Sexta: 2005 – 2008*

Director: JOSÉ ÁNGEL CORTÉS LAHERA

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo, 28 de septiembre de 2009

TRIBUNAL: Presidente: LUIS NÚÑEZ LADÉVEZE (Universidad CEU San Pablo); **Vocal:** ÁNGELES FERNÁNDEZ MARTÍNEZ (Universidad Rey Juan Carlos); **Vocal:** MARÍA JOSÉ ARROJO BALIÑA (Universidad de A Coruña); **Vocal:** MARÍA TERESA MERCADO SÁEZ (Universidad CEU Cardenal Herrera); **Secretario:** JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO (Universidad CEU San Pablo).

Calificación: Sobresaliente *cum laude* por unanimidad

Resumen: La tesis estudia la fidelización de los espectadores de *Cuatro* y *laSexta*, las dos nuevas cadenas de ámbito nacional, siendo la audiencia el concepto fundamental que preside la actividad televisiva y, sobre todo, que altera la viabilidad de las emisoras. La investigación analiza las causas esenciales de la fragmentación de la audiencia, así como sus escenarios históricos. El trabajo aborda el estudio de la programación y la fidelización de audiencia de ambas cadenas, todo ello con un Trabajo de Campo del doctorando y con el apéndice de un Estudio Demoscópico Externo de carácter cualitativo y cuantitativo.