

LISTADO DE PARTICIPANTES DEL PREMIO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL 2018
GANADORES

Título del trabajo	Universidad	País	Posición	Premio
Marketing boca a boca en Youtubers de moda y Belleza.	Universidad de Murcia	España	1º	600€ y diploma
<i>A retórica do impeachment nas redes sociais da internet: uma investigação sobre discursos políticos que legitimaram, na web, o processo contra Dilma Rousseff.</i>	Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos	Brasil	2º	200€ y diploma
Artes de hacer en la era Youtube: el video-tutorial como emergente de la cultura participativa.	Universidad de Buenos Aires	Argentina	3º	100€ y diploma

FINALISTAS

Título del trabajo	Universidad	País	Premio
Pla de comunicació de la immobiliària emocional The Home Hunter	Universitat Ramón Llull	España	Diploma
A narrativa multimídia no ciberjornalismo: uma análise de "Rota 66, A Confissao"	Universidad Federal de Rio Grande do Sul	Brasil	Diploma
Huellas de la presencia conectada: estudio en recepción de la última hora de conexión y la confirmación de lectura del mensaje en el dispositivo Whatsapp	Universidad de San Andrés	Argentina	Diploma
Youtubers de la música: el videoclip ficcional como vía de autopromoción en casos de éxito norteamericanos	Universidad de Huelva	España	Diploma
Propuesta del diseño y contenido de Erappmus, una app móvil orientada a alumnos Erasmus	CEU San Pablo	España	Diploma

OTROS CONCURSANTES		
Título del trabajo	Universidad	País
De los libros de texto a los portales educativos: un análisis sociosemiótico sobre los procedimientos	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Del muro al timeline: aproximaciones a las figuras de enunciador y enunciatario en los dispositivos de Facebook y Twitter	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Uso del podcast como recurso didáctico. Kingdom Podcast - '44 presidentes, una historia'.	Universidad Pontificia de Salamanca	España
Análisis exploratorio sobre videoblogs como recurso educomunicativo	Universidad Internacional de Andalucía - Universidad de Huelva	España
"Spot Fino para el día de la madre en Bolivia 2015, Estudio Semiológico y de Percepción"	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra	Bolivia
Marcas de emprendedores de moda, ¿cómo utilizan Instagram en sus estrategias de marketing online?	Universidad Autónoma de Barcelona	España
Tensiones entre la libertad de expresión y el derecho a la propia imagen en las fotografías Online. El caso chicas Bondi	Universidad de Buenos Aires	Argentina
New Funding Horizons for 21st Century blogs	Universitat Ramón Llull	España
"Aplicación de la tecnología móvil como soporte en casos de violencia de género. GEA: la app orientativa	Universitat Autònoma de Barcelona	España
El rol de la Comunicación Interna ante la brecha generacional. Estudio en casos de empresas IT.	Universidad de Buenos Aires	Argentina



Tiempos de visibilidad efímera: un estudio comparativo de Snapchat e Instagram Stories	Universidad de San Andrés	Argentina
Unicowork: Elaboració d'un portal web de promoció de l'alumnat universitari	Universitat Autònoma de Barcelona	España
Instagramers, la competencia mediática en los prosumidores emergentes	Universidad Internacional de Andalucía - Universidad de Huelva	España
Análisis del discurso político catalán en Twitter durante el mes de octubre de 2017	Universitat Autònoma de Barcelona	España
Estrategias de comunicación aplicadas a la promoción de productos audiovisuales. El caso de Netflix en Twitter	Universidad de Sevilla	España
El impacto del vídeo en Instagram: una comparación entre formatos publicitarios en el sector de la cosmética	Universidad de Zaragoza	España
La transformación del enviado exterior de 1974 a 2014 en el caso español: del corresponsal fijo al freelance	Universidad de Valladolid	España
No fue magia. TIC y nuevas formas de participación política. La irrupción de Resistiendo con Aguante en el contexto del balotaje presidencial de 2015	Universidad de Buenos Aires	Argentina
La planificación estratégica publicitaria en el contexto digital	Universidad Pontificia de Salamanca	España
Plataforma por la Vida y la Familia	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra	Bolivia
Centro de Estudiantes y TIC: ¿Nuevas formas de participación estudiantil?	Universidad de la República	Uruguay
Les 6W de la crisi del periodisme Una aproximació a les causes i algunes opcions de futur	Universitat Oberta de Catalunya	España



Las webseries y su actualización de la literatura clásica: estudio de la webserie The Lizzie Bennet Diaries, basada en la novela Orgullo y Prejuicio de Jane Austen	Universidad de Zaragoza	España
Identidad Visual de una nube de almacenamiento con el sistema Blockchain	Universidad Pontificia de Salamanca	España
Gestión de la comunicación digital interna en Ecuador. Análisis de las 100 principales empresas del Ecuador periodo 2016.	Universidad Técnica Particular de Loja	Ecuador-Loja
Marketing transmedia: análisis del ecosistema narrativo en la estrategia publicitaria Leyes de la amistad de Pilsen Callao	Universidad de Piura (UDEP)	Perú
Pla de comunicació pel Grau en Publicitat i RP de la Universitat de Girona	Universitat de Girona	España
"Las noticias bizarras en el webperiodismo argentino"	Universidad de Buenos Aires	Argentina
La Co-creacion de valor; Una Vision teórica y practica desde la perspectiva del consumidor	Universitat Autònoma de Barcelona	España
Pirene Comunicació. Pla empresarial d'una agència de comunicació especialitzada en turisme	Universitat Autònoma de Barcelona	España
El teléfono móvil como canal de distribución de contenidos para los medios de comunicación Aragoneses	Universidad de Zaragoza	España
Gestión de la comunicación digital interna en Ecuador. Análisis de las 100 principales empresas del Ecuador periodo 2016.	Universidad Técnica Particular de Loja	Loja/Ecuador
Propuesta de un bot cultural para la obra social La Caixa: Personnage, el asistente de CaixaForum	Universidad Loyola Andalucía	España
Comunicación Intercultural en los Medios Digitales	Universidad Nacional Autónoma de México	México
Los valores de marca en el packaginig: el caso de Coca-Cola	Universitat Autònoma de Barcelona	España



La Gamificación como elemento de motivación: Un estudio aplicado a las APPs de deporte	Universidad de Zaragoza	España
Social Media Plan Construcciones Jorki Tres S.L.	Universidad Autónoma de Barcelona	España
Ciberactivismo: La comunicación de los movimientos sociales de la era digital	Universitat Pompeu Fabra	España
Detener la gravedad	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Ni rosa ni azul	Universitat Rovira i Virgili	España
A reportagem radiofónica na fase da convergencia	Universidad Federal de Rio Grande do Sul	Brasil
Social Commerce: una visión de conjunto	Universitat Autònoma de Barcelona	España
La emergencia de la narrativa transmedia en Argentina. El caso de "Aliados"	Universidad de Buenos Aires	Argentina
De la alta costura a la alta comida. Estudio sobre la relación entre las marcas de moda de lujo y la gastronomía como experiencia de marca.	Universidad de Navarra	España
Construcción de carisma mediatizado: Estudio de caso La Tuerka	Universidad Complutense de Madrid	España
Contar historias para crear marcas: caso de estudio de tiendas de diseño independientemente Hiena, Pura y True Love de la ciudad de Medellín.	Universidad Pontificia Bolivariana	Colombia
Celulómata, campaña de bien público para incentivar el uso responsable del celular	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Estudio de la influencia del consumidor en el sector turístico	Universitat Autònoma de Barcelona	España
Diseño y producción de una aplicación editorial que exponga la dramaturgia títere 'El reciclaseños' de la casa de los títeres en cali	Universidad Autónoma de Occidente	España

Os memes como estratégia de marketing digital nas redes sociais: o caso da Prefeitura de Curitiba	Universidade de Brasília	Brasil
Memes políticos y Construcción de Agenda Pública	Universidad Monteávila	Venezuela
Plan de Comunicación del e-commerce de Mercadona	Universidad Complutense de Madrid	España
La realidad del crossmedia: concepto e imagen	Universitat Rovira i Virgili	España
La co-creación como estrategia de innovación: Oportunidades para las PYMES	Universitat Autònoma de Barcelona	España
Narrativas transmedia: Periodismo inmersivo y webdoc en la prensa digital	Universidad de Zaragoza	España
El impacto de las Redes Sociales en las decisiones del consumidor final	Universidad de Zaragoza	España
Organización de evento para la marca Hawkers	Universidad Complutense de Madrid	España
Aportes conceptuales y formales, desde la perspectiva del diseño de información en los sistemas de transporte de superficie: mapa y código de ruta del sistema de información del masivo integrado de occidente, mio	Universidad Autónoma de Occidente	Colombia
Adri Vainilla. Cómo se construye el capital social en redes sociales	Pontificia Universidad Católica del Perú	Perú
Cometa Roja: agencia de comunicación.	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Comunicación no verbal y mensajes de Navidad: Juan Carlos I (2013) y Felipe VI (2014)	Universidad de Sevilla	España