

PREMIOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL 2019 - LISTADO DE PARTICIPANTES

GANADORES				
Título del trabajo	Universidad	País	Posición	Premio
Los cien días de Macri en Twitter. Una lectura desde la analítica cultural	Universidad de Buenos Aires	Argentina	1º	600€ y diploma
<i>Una dama en la calle, una puta en el celular: estudio cualitativo de las percepciones de los jóvenes argentinos sobre el sexting y la difusión de contenido íntimo destinado al consumo privado</i>	Universidad de San Andrés	Argentina	2º	200€ y diploma
"De Cabeza" Campaña Publicitaria para un cambio de mirada en Salud Mental	Universidad de Montevideo	Uruguay	3º	100€ y diploma

FINALISTAS			
Título del trabajo	Universidad	País	Premio
Comunicación política, posverdad y Twitter: el caso #Puigdemont	Universidad Rey Juan Carlos	España	Diploma
Cuando se monetiza la fan fiction: Posibilidades, traiciones y vigilancia entre fans en el caso Cincuenta Sombras de Grey	Universidad de Buenos Aires	Argentina	Diploma
Candidatos en "jaque": Sátiras y parodias políticas en YouTube	Universidad de Buenos Aires	Argentina	Diploma
Trabajo fan y creatividad vernácula en tiempos de broadcastinización de YouTube. Cartoon Network es el mejor país, ¿la traición de Tiranos Temblad?"	Universidad de Buenos Aires	Argentina	Diploma



Análisis de las quejas de los consumidores en el sector de las telecomunicaciones español. Un análisis de contenido utilizando la red social Critizen	Universidad de Almería	España	Diploma
Usos de la televisión y de YouTube por estudiantes de comunicación y por los conglomerados mediáticos Mediaset y Atresmedia. Una aproximación empírica	Universidad Rey Juan Carlos	España	Diploma
Estrategias en redes sociales para el Gobierno Abierto. Un estudio comparativo de gobiernos estatales desde la comunicación estratégica	Universidad Autónoma de Querétaro	México	Diploma
FWTV: Convivencia y especificidad en el nuevo ecosistema de medios en -red(ados)	Universidad de Buenos Aires	Argentina	Diploma
El consum responsable a les campanyes institucionals de Publicitat i Comunicació al sector públic estatal a Espanya (2006-2017)	Universitat Autònoma de Barcelona	España	Diploma
O lixo da internet: um estudo sobre o vídeo enquanto recurso de comunicação e propagação de informações falsas no mundo ciberlíquido	Universidade Do Vale Do Rio Dos Sinos	Brasil	Diploma

OTROS CONCURSANTES

Título del trabajo	Universidad	País
Campañas de seguridad vial con diferentes niveles de sangre: un estudio cross-cultural entre consumidores de España y Estados Unidos.	Universitat Autònoma de Barcelona	España
A inovação no jornalismo em revistas para tablets: Uma análise a partir das affordances e da convergência de conteúdos jornalísticos	Universidade Federal da Bahia	Brasil



Infostand: El arte gráfico al servicio de la comunicación	Universidad Carlos III de Madrid	España
Audio Branding: Escuchando el futuro de las marcas	Universidad de Murcia	España
Biblioteca digital para las revistas de la Casa Editora Abril: Una propuesta desde las Humanidades Digitales y las ciberculturas juveniles	Universidad de La Habana	Cuba
Use of Instagram in the fashion marketing industry: Influence of congruence between the product, the influencer and the follower	Universidad de Zaragoza	España
YouTube y consumo: La influencia real de las youtubers de moda, belleza y estilo de vida en las decisiones de compra de su audiencia	Universidad Carlos III de Madrid	España
Comunicación intercultural en Medios Digitales	Universidad Nacional Autónoma de México	México
Estudio descriptivo de las estrategias de Marketing Digital en los hoteles 5 estrellas de Caracas. Coyuntura 2014	Universidad Simón Bolívar	Venezuela
La tierra roja: La comunicación en FB de la Casa de Misiones en Buenos Aires. El desafío de afirmar la identidad fuera del territorio	Universidad de Buenos Aires	Argentina
El análisis de la Marca España a través de sus campañas turísticas publicitarias	Universidad Rey Juan Carlos	España
Representación de la discapacidad en la prensa digital española	Universidad Carlos III de Madrid	España

Un lugar común: los espacios INCAA como estrategia de reterritorialización	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Herramienta de medición de la calidad informativa en la noticia, el reportaje y la crónica periodística	Universidad Complutense de Madrid	España
Netlabels: Los otros sellos musicales. La experiencia de los sellos digitales en la difusión de música en la Ciudad de Buenos Aires	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Política 2.0: La estrategia digital de la campaña de Mauricio Macri en las primeras abiertas simultáneas y obligatorias de 2015	Universidad de Buenos Aires	Argentina
Análisis de aplicaciones en modelo SaaS para la creación de REA en formato multimedia interactivo en contextos de educación abierta	Universidad Rey Juan Carlos	España
La construcción del Yo inmortal: una aproximación a la configuración de la subjetividad en el espacio virtual	Universidad de Buenos Aires	Argentina
A influência do retargeting na intenção de compra do consumidor: um estudo exploratório obre o canal C2C	Instituto Politécnico de Lisboa – ESCS	Portugal
Dime dónde y te diré por qué. Un análisis sobre la influencia de la imagen de destino transmitida por las marcas en las redes sociales sobre el “engagement”	Universidad de Zaragoza	España
Narrativas transmedia de ficción. Un análisis exploratorio de la ficción seriada Según Roxi	Universidad Nacional de Quilmes	Argentina
Participação on-line e off-line nas eleições presidenciais brasileiras da 2014	Universidade Federal da Bahia	Brasil
Tecnificación y Afectividad: El ideal romántico en las publicidades de Tinder y Happn. Representaciones sobre la búsqueda de otro en el mercado del deseo	Universidad de Buenos Aires	Argentina



Plataforma por la vida y la familia: Análisis de la campaña de comunicación en contra de la Ley de Identidad de Género	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra	Bolivia
How consumers respond to editorial communication strategies: is content marketing replacing publicity?	Universidade do Porto	Portugal
Videojuegos y Educación Literaria. Narrativas transmedia en las constelaciones literarias	Universidad de Alicante	España
Usos de las telecomunicaciones y medios en poblaciones rurales: Descripción y análisis de las apropiaciones culturales en los partidos de Maipú, General Guido y Ayacucho	Universidad Nacional de La Plata	Argentina
Youtubers como influenciadores en la promoción de marcas de ropa femenina	Universidad de Huelva	España
Street Art in Action	Universidad Carlos III de Madrid	España