

PREMIOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DIGITAL 2017 I EDICIÓN – LISTADO DE PARTICIPANTES

La I Edición de los Premios de Investigación en Comunicación Digital, organizados por el Máster en Estrategia y Creatividad Digital de la Universidad Autónoma de Barcelona en colaboración con la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria, ha reunido a un total de 41 participantes.

Dado el éxito de la convocatoria, el sistema de revisión fue modificado y adaptado a la metodología seguida en los congresos científicos. Ésta consiste en la corrección de cada trabajo por parte de dos docentes de universidades diferentes (y que no hayan tutorizado el trabajo a corregir) para garantizar la máxima objetividad. La corrección se hace en base a una rúbrica en la que se evaluaron los siguientes aspectos:

- Elección del título
- Afinidad en la temática propuesta
- Calidad académica del trabajo
- Creatividad e innovación
- Contribución al sector o viabilidad del proyecto
- Aspectos formales.

La nota media obtenida en base a estas 6 notas (puntuación sobre 10) compone la nota final de cada trabajo.

A continuación, el listado de participantes ordenados en base a su nota final (de mayor a menor) así como la lista de trabajos que han sido excluidos al considerarse que la temática de los mismos no tenía suficiente afinidad con la temática de este certamen.

El Máster en Estrategia y Creatividad ha decidido, en esta ocasión, entregar 2 terceros premios dada la gran calidad de los trabajos. El Máster también da la enhorabuena a los ganadores, felicita a todos los participantes que han entrado en la convocatoria por su gran trabajo y agradece a todos (participantes y revisores) su colaboración, sin la cual esta primera edición no hubiera sido un éxito.

LISTADO DE PARTICIPANTES:

Título	Universidad	Nota Final	Posición	Premio
Manual de Periodismo Transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia	Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)	10	1ª - Primer premio	600 €
Brand influencers: blogosfera creativa	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	9,60	2ª - Segundo premio	200 €
La nova narrativa digital: Anàlisi comparatiu de reportatges multimèdia interactius / La nueva narrativa digital análisis comparativo de reportajes multimedia interactivos	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	9,17	3ª - Tercer premio I	100 €
Transformación digital y publicidad. La planificación estratégica digital en las agencias	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	9,06	4ª - Tercer premio II	100€
Optimització de la visibilitat d'una marca local a través d'una estratègia digital / Optimización de la visibilidad de una marca local a través de una estrategia digital	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	8,70	5ª	-
Redes sociales y marcas deportivas: ¿en fuera de género?	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	8,45	6ª	-

Cuerpos empoderados para sentirse bien	Universidad Central (Colombia)	8,40	7^a	-
La Unión Europea en el contexto de la crisis de los refugiados a través de la prensa española	Universitat de Girona (España)	8,22	8^a	-
La nube como apoyo a la producción audiovisual	Universidad Complutense de Madrid (España)	8,02	9^a	-
Márcame (o cómo nos marcan las marcas)	Universidad Francisco de Vitoria (España)	8,00	10^a	-
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)	7,96	11^a	-
El Reposicionamiento: análisis conceptual y causal del fenómeno	Universitat Abat Oliba CEU (España)	7,85	12^a	-
Accions de comunicació per associacions sense ànim de lucre. El cas de la protectora d'animals ARBRA / Acciones de comunicación para asociaciones sin ánimo de lucro. El caso de la protectora de animales ARBRA	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	7,67	13^a	-

El papel de los social media en la crisis corporativa: Kit-Kat de la empresa Nestlé	Universidad Católica Luis Amigó (Colombia)	7,65	14 ^a	-
Análisis de los medios utilizados por Nestlé España para comunicar su RSC	Universitat de Girona (España)	7,65	15 ^a	-
La piratería audiovisual en Internet y el vídeo bajo demanda	Universidad Rey Juan Carlos (España)	7,63	16 ^a	-
La Comunicació Participativa: eina imprescindible per al canvi social/ La Comunicación Participativa: herramienta imprescindible para el cambio social	Universitat de Girona (España)	7,60	17 ^a	-
Nuevas profesiones periodísticas digitales	Universitat Abat Oliba CEU (España)	7,58	18 ^a	-
Distribuição do conteúdo no especial multimídia: desconstrução cartográfica de A Batalha de Belo Monte / Distribución del contenido en el especial multimedia: desconstrucción cartográfica de La Batalla de Belo Monte	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	7,55	19 ^a	-
Folleto Digital Multimedia para el Museo Emilio Caraffa	Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)	7,45	20 ^a	-

Metodologies de producció de continguts multimedia digitals educatius	Universidad Rey Juan Carlos (España)	7,30	21 ^a	-
La importància de la imatge personal a Facebook entre estudiants de Publicitat i RR.PP i els de Comunicació Audiovisual / La importancia de la imagen personal en Facebook entre estudiantes de Publicidad y RR.PP y los de Comunicación Audiovisual	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	7,25	22 ^a	-
¿Los pre roll realmente ayudan a tu marca?	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	7,10	23 ^a	-

Trabajos que no alcanzaron la puntuación de “7”:

Título	Universidad	Título	Universidad
Campañas de seguridad vial con diferentes niveles de sangre: Un estudio crosscultural entre consumidores de España y Estados Unidos	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	El tratamiento de los medios de comunicación impresos de la crisis humanitaria de los refugiados en Europa	Universidad de Valladolid (España)
Nuevo modelo de radio en Internet: la Radiovisión. Estudio de caso de la Cadena SER	Universidad de Valladolid (España)	Campaña publicitaria para la banda musical Kroma	Universidad San Francisco de Quito (Ecuador)
Mujeres en Publicidad: Líderes creativas en un mundo de hombres	Universitat Autònoma de Barcelona (España)	Diseño inclusivo. Comunicación para personas con discapacidad visual aplicada al punto de venta	Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia)
Estado del Arte de la producción académica e investigativa en Marketing Digital desarrollada en Colombia y Latinoamérica durante el periodo 2006-2016	Universidad Santo Tomás (Colombia)	Propuesta de plan de comunicación. Estudio de caso - Kenzen Formación	Universitat Abat Oliba CEU (España)
Creación de una marca de ropa hecha a mano	Universidad de Sevilla (España)	Análisis comparativo de las actitudes del nativo digital y el inmigrante digital frente a la compra online en la ciudad de Santiago de Cali, en el año 2015	Universidad Autónoma de Occidente (Colombia)
La marca como agente creador de contenido multimedia transmedia: La transformación de Red Bull	Universitat Abat Oliba CEU (España)	La secularización de la imagen del Divino Niño	Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia)
Videjuegos y Educación Literaria. Narrativas transmedia en las constelaciones literarias	Universidad de Alicante (España)		

FUERA DE TEMÁTICA:

Los siguientes trabajos no han entrado a concurso porque se ha considerado que no tienen suficiente afinidad con la temática propuesta en estos premios:

Título	Universidad
Juglares los inigualables únicos e insuperables	Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)
Implantación de TIC en enfermería de práctica avanzada	Universidad Europea Miguel de Cervantes (España)
L'educació sexual afectiva a través de contes / La educación sexual afectiva a través de cuentos	ERAM GIRONA (España)
Música que se lee: la crónica musical de Barcelona en la actualidad a través de publicaciones especializadas alternativas	Universitat Autònoma de Barcelona (España)
Lletres de Hollywood / Letras de Hollywood	ERAM GIRONA (España)

LISTADO DE TUTORES/REVISORES:

Nombre	Universidad
Marcela Alarcón	Universidad Creativa (Costa Rica)
Erika Barbosa	Universidad Autónoma de Occidente (Colombia)
Josep María Blanco	Universitat Autònoma de Barcelona (España)
Raquel Caerols Mateo	Universidad Francisco de Vitoria (España)
Paolo Cardoso	Universidade Fernando Pessoa (Portugal)
Ana Castillo	Universidad de Málaga (España)
Maribel Castro Díaz	Universidad Francisco de Vitoria (España)
Jorge del Río	Universidad de Navarra (España)
Olga del Río	Universitat de Girona (España)
Elisenda Estanyol	Universitat Oberta de Catalunya (España)
Josep Fernández Cavia	Universitat Pompeu Fabra (España)
Alfonso Freire Sánchez	Universitat Abat Oliba CEU (España)
Alberto García García	Universidad Complutense de Madrid (España)
Manuel Gertrúdix Barrio	Universidad Rey Juan Carlos (España)
Alfons González Quesada	Universitat Autònoma de Barcelona (España)
Mónika Jiménez	Universitat Pompeu Fabra (España)
Carmen Elisa Lerma Cruz	Universidad Autónoma de Occidente (Colombia)
Nereida López Vidales	Universidad de Valladolid (España)
Galvão Meirinhos	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Clara Muela	Universidad Rey Juan Carlos (España)
Omar Muñoz Sánchez	Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia)
Jaime Alberto Orozco Toro	Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia)
María del Mar Ramírez Alvarado	Universidad de Sevilla (España)
Vladimir Sánchez Riaño	Universidad Jorge Tadeo Lozano (Colombia)

Anna Sendra	Universitat Rovira i Virgili (Espanya)
Edwin Andrés Sepúlveda Cardona	Fundación Universitaria Luis Amigó (Colombia)
Esther Simancas	Universidad de Cádiz (Espanya)
Vicenç Tamborero Viadiu	Universitat Autònoma de Barcelona (Espanya)
Fernando Toledano Cuervas	Universidad Nebrija (Espanya)
Victoria Tur	Universidad de Alicante (Espanya)
Mario Fernando Uribe Orozco	Universidad Autónoma de Occidente (Colombia)
Anna Valli Casado	Universitat Autònoma de Barcelona (Espanya)
Rafael Vargas Cano	Fundación Universitaria Luis Amigó (Colombia)
Mónica María Viada	Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)
Paolo Antonio Villalba Storti	Fundación Universitaria Luis Amigó (Colombia)
Ligia Inés Zuluaga Arias	Fundación Universitaria Luis Amigó (Colombia)