

## líneas y proyectos de investigación, evaluación científica, tesis doctorales dirigidas...

líneas de investigación En la CALIDAD DE LA DEMOCRACIA, en la cultura democrática de nuestro tiempo, convergen estas líneas. Dentro de la comunicación política, la faceta ética y la vertiente publicitario-propagandística focalizan su estudio. Existe una comunicación política que ayuda al enriquecimiento democrático, como existe otra, por desgracia, que propicia su menoscabo. Y si de calidad democrática hablamos, abordar la violencia machista resulta obligada referencia. En relación a esta flagrante violación de derechos humanos, cierta publicidad presenta sus carencias y perversas complicidades; pero también existe otra cuyo potencial cívico y educador convendría contemplar. Asimismo, la representación publicitaria de mujeres y hombres (en distintos momentos históricos y culturales) complementa sus principales áreas de investigación. Podríamos de esta forma esquematizarlas:

**ATENCIÓN AL CLIENTE vs. ATENCIÓN AL CIUDADANO:** servicio postventa de la política, servicio postvoto tras el ejercicio del sufragio, ciudadanía y representación, oferta y demanda políticas.

**MÁRKETING, PROPAGANDA Y CULTURA DEMOCRÁTICA:** mercadotecnia y propaganda políticas, que contribuyen a enriquecer o a deteriorar la democracia.

**ÉTICA Y PERSUASIÓN EN EL ESCENARIO POLÍTICO Y MERCANTIL:** desafíos y limitaciones deontológicas, redacción publicitaria, venta de valores en el mercado político y en el mercado de bienes de consumo y servicios.

**INCIDENCIA PUBLICITARIO-PROPAGANDÍSTICA SOBRE EL DISCURSO INFORMATIVO:** des(H)echos periodísticos, menoscabos ético-democráticos y mecanismos adocenadores.

**LA PUBLICIDAD ANTE LA VIOLENCIA MACHISTA:** limitaciones y posibilidades.

**ROLES MASCULINOS Y FEMENINOS EN EL DISCURSO PUBLICITARIO DE DISTINTAS ÉPOCAS:** tratamientos sexistas y discriminatorios, vínculos socioculturales de la publicidad.

proyectos de investigación (en convocatoria pública y competitiva)

Título: "VARONES Y MUJERES `REALES`. NUEVOS MODELOS EN LA PUBLICIDAD". Organismo: Universidad Pontificia de Salamanca. Investigador principal: Dr. Juan F. Plaza Sánchez. Número de investigadores: 6. Centro: Facultad de Comunicación (UPSA). Referencia: 11ML3-IN-S27CO-1. Importe financiado: 3.506'90 &euro;. Período: 2011-2012. Título: "LAS RADIOS COMUNITARIAS EN CASTILLA Y LEÓN". Organismo: Universidad Pontificia de Salamanca. Investigadora principal: Dra. Ana Tamarit Rodríguez. Número de investigadores: 4. Centro: Facultad de Comunicación (UPSA). Referencia: 11ML3-IN-S34CO-1. Importe financiado: 3.555'02 &euro;. Período: 2011-2012. Título: "PREMIOS, CASTIGOS Y CONTRAPRESTACIONES EN LAS POLÍTICAS AUDIOVISUALES DE LOS GOBIERNOS DE RODRÍGUEZ ZAPATERO". Organismo: Universidad Pontificia de Salamanca. Investigadora principal: Dra. Nuria Quintana Paz. Número de investigadores: 4. Centro: Facultad de Comunicación (UPSA). Referencia: 10ML1-IN-S18CO-1. Importe financiado: 1.850'75 &euro;. Período: 2010-2011. Título: "LA MUJER COMO PROTAGONISTA DE LA INFORMACIÓN EN LA PRENSA ESCRITA: ANÁLISIS COMPARATIVO EN LOS DIARIOS NACIONALES Y EN LOS DIARIOS LOCALES DE CASTILLA Y LEÓN". Organismo: Junta de Castilla y León. Investigador principal: Dr. Juan F. Plaza. Número de investigadores: 9. Centro: Facultad de Comunicación (UPSA). Referencia: PON02B07. Importe financiado: 6.830 &euro;. Período: 2007-2008. Título: "ARCHIVO ETNOHISTÓRICO EN CD-ROM DE CASTILLA Y LEÓN. ARTESANÍA Y ARTESANOS EN LAS ARRIBES". Organismo: Junta de Castilla y León. Investigadora principal: Dra. Elena Hernández Corrochano. Número de investigadores: 5. Centro: Facultad de Comunicación (UPSA). Referencia: PO07/02. Importe financiado: 2.332 &euro;. Período: 2002-2003. evaluación científica Evaluador para la ANEP (Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva). Desde 2011 en adelante viene evaluando científicamente proyectos de investigación académicos, vinculados a universidades de toda España. Los reseñados proyectos, ligados a sus campos de estudio, pertenecen al Plan Nacional I+D A y al Plan Nacional I+D B. Evaluador para la revista científica Cuadernos de Información (Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile). tesis doctorales dirigidas Título: "METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS DEL SPOT ELECTORAL: EL MONTAJE AUDIOVISUAL EN LAS CAMPAÑAS ESTADOUNIDENSES DE 1968 Y 2008". Autor: Juan Medina Contreras. Defensa: 14-2-2014, Universidad Pontificia de Salamanca. Título: "CULTURA POLÍTICA EN GUATEMALA: UN ANÁLISIS DE LOS PROCESOS PSICOLÓGICOS QUE ORIENTAN LA CONDUCTA POLÍTICA DE LOS CIUDADANOS EN LA SOCIEDAD GUATEMALTECA". Autor: Erwin Rolando Galindo. Defensa: 27-5-2016, Universidad Pontificia de Salamanca. miembro en tribunales de tesis doctorales Vocal 1 en el tribunal constituido el 5-3-2013, en la Universidad Católica San Antonio de Murcia, para evaluar la Tesis Doctoral titulada "La inteligencia emocional en el entrevistador periodístico: competencias y formación" (autora: Paloma del Henar Sánchez Cobarro; director: Arturo Merayo Pérez).