

UNIVERSIDAD DE BURGOS

ESCUELA DE DOCTORADO

TESIS DOCTORALES

TÍTULO: CONTENIDOS MEDIÁTICOS EN FUNCIÓN DEL GÉNERO: DE LA PRENSA SEGREGADA A LOS CANALES DE TELEVISIÓN ESPECIALIZADOS.

AUTORA: DÑA. ILLERA MIGUEL, PAULA.

PROGRAMA DE DOCTORADO: HUMANIDADES Y COMUNICACIÓN

FECHA LECTURA: 10/03/2019

HORA: 09:30 H

CENTRO LECTURA: SALÓN DE GRADOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES (UNIVERSIDAD DE BURGOS).

DIRECTORA: DÑA. MARÍA ISABEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ

TRIBUNAL: DÑA. SONIA KERFA
DÑA. SILVIA GUILLAMÓN CARRASCO
DÑA. MARÍA GANZÁBAL LEARRETA
D. FRANCISCO A. ZURIAN HERNÁNDEZ
DÑA. MÓNICA FIGUERAS MAZ

RESUMEN: Los medios de comunicación utilizan distintas estrategias para fidelizar a su audiencia: fijan intereses en función de la edad, el área regional o los gustos e inquietudes. Desde que, a principios del siglo XXI, la oferta de canales se multiplicara en el medio televisivo español, observamos que, además de las anteriores fórmulas, se produce una segmentación del público en base al sexo. Esto es, nacen canales dirigidos en exclusiva o bien a las mujeres o bien a los hombres.

Dicha tendencia, aunque novedosa en el medio televisivo, no lo es tanto para la prensa que, desde el siglo XVIII, especializó sus contenidos, ofreciendo un producto concreto a las mujeres. La trayectoria de la prensa femenina es, por tanto, extensa y ha ido evolucionando a lo largo del tiempo. Pues bien, en las dos últimas décadas del siglo pasado, los grupos editoriales apostaron por la creación de una publicación paralela para los hombres, surgiendo, de este modo, las revistas de estilo de vida masculino.

En esta tesis doctoral, buscamos construir un diálogo, establecer una relación entre los mensajes emitidos por la prensa segregada en función del género y los nuevos canales de televisión especializados. Para ello, se acudirá a los propios medios, tanto escritos como audiovisuales, recabando una muestra que nos permita, finalmente, enfrentar ambos soportes. De forma paralela, se explorará tanto la teoría feminista como mediática, con el fin de crear una red que contextualice y dé sentido, en última instancia, a los resultados de la muestra. Nuestro análisis permitirá, pues, cuestionar las representaciones de la feminidad y la masculinidad, reflexionar sobre la retroalimentación y evolución del discurso mediático y abordar las consecuencias sociales del

mismo.

PALABRAS CLAVE: Prensa femenina y masculina, Revistas de estilo de vida, Canales de televisión especializados, Estudios feministas, Feminismo.

KEY WORDS: Female and male press, Lifestyle magazines, Specialized television channels, Feminist studies, Feminism.