

**Título:** LA AUTORREFERENCIA EN LA PRENSA

**Nombre:** SANTIN DURAN, MARINA

**Universidad:** Universidad Complutense de Madrid

**Departamento:** PERIODISMO II (ESTRUCTURA Y TECNOLOGIA DE LA INFORMACION)

**Fecha de lectura:** 04/02/2005

**Programa de doctorado:** PLANTEAMIENTOS TEORICOS , ESTRUCTURALES Y ETICOS DE LA COMUNICACIÓN

**Dirección:**

- > **Director:** RICARDO PEREZ AMAT GARCIA
- > **Codirector:** GLORIA GÓMEZ ESCALONILLA

**Tribunal:**

- > **presidente:** FRANCISCO JAVIER DAVARA RODRÍGUEZ
- > **secretario:** WENCESLAO CASTAÑARES BURCIO
- > **vocal:** ROSARIO DE MATEO PEREZ
- > **vocal:** Antonio García Jiménez
- > **vocal:** CARMEN CAFFAREL SERRA

**Descriptor:**

- > COMUNICACIONES SOCIALES
- > SOCIOLOGIA

**El fichero de tesis** no ha sido incorporado al sistema.

**Localización:** UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID ARCHIVO GENERAL-PABELLÓN DE GOBIERNO C/ISAAC PERAL S/N 28040 MADRID

**Resumen:** Los diarios pertenecen a grandes grupos mediáticos y tienen interés en diversos mercados y eso repercute en la selección y el tratamiento que dan a los temas noticiosos en los que ellos, medios de su órbita u otros medios son protagonistas.

Esta tesis se centra en el estudio de esos textos periodísticos en los que hay autorreferencia, en los relatos informativos en los que los periódicos, en su papel de emisores, se refieren a ellos mismos como protagonistas o afectados del hecho noticioso. Analiza las informaciones autorreferenciales aparecidas entre 1990/2002 en los diarios de información general de mayor difusión en España: El País, El Mundo y ABC.

El fenómeno de la autorreferencia ha asumido en los últimos años un papel destacado en los contenidos mediáticos. Los diarios utilizan habitualmente la superficie redaccional para dar a conocer los suplementos del medio y las promociones que llevan a cabo. La frontera entre publicidad y periodismo queda difuminada en este tipo de informaciones pues los intereses del medio se antepone a los intereses de los lectores.