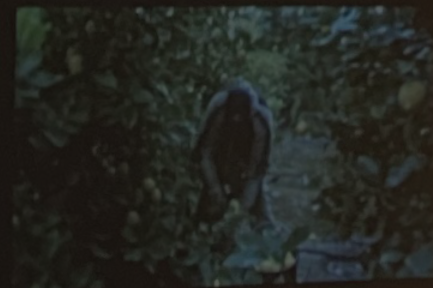
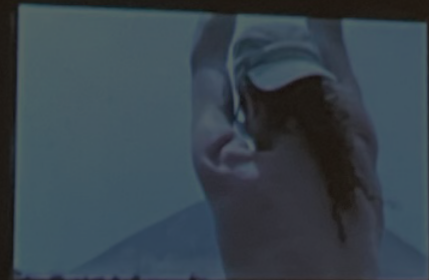
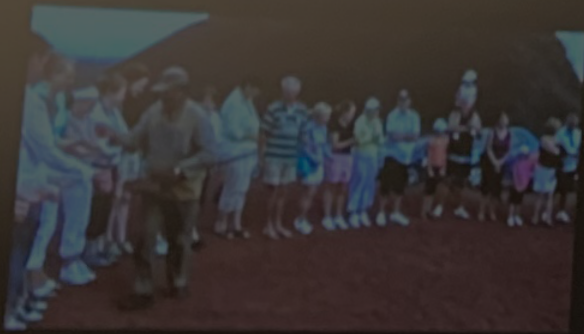


Editan
Jesús Díaz-Campo
Luz Martínez Martínez

Comunicación en la era postcovid, medios audiovisuales y análisis



COMUNICACIÓN
EN LA ERA POSTCOVID,
MEDIOS AUDIOVISUALES Y ANÁLISIS

COMUNICACIÓN
EN LA ERA POSTCOVID,
MEDIOS AUDIOVISUALES Y ANÁLISIS

Editan

JESÚS DÍAZ-CAMPO
UNIR

LUZ MARTÍNEZ MARTÍNEZ
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna y por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación, en Internet o de fotocopia, sin permiso previo del editor o del autor. Todos los derechos reservados.

«Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

© Copyright by
Los autores
Madrid

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>

ISBN: 978-84-1377-807-5

Preimpresión por:
Realizada por los autores

CONTENIDOS

Prólogo...1

I. Comunicación y COVID-19

- El COVID-19 afecta también a la salud de las marcas territorio: España en 2020
Carmen Máiz Bar...7
- La campaña mediática COVID-19 y su vacunación: Analizando la guerra pro y anti vacunas en Internet
Luz Martínez Martínez, Ubaldo Cuesta Cambra, Carolina Bengochea González y Jose Ignacio Niño González...17
- Análisis del periodismo de datos practicado en El Mundo durante la primera y la tercera ola del COVID-19. ¿Desplazamiento o adaptación al entorno?
Alba Córdoba-Cabús...32
- COVID-19 y digitalización en los distritos culturales y creativos: El caso de estudio de Matadero Madrid (España)
Jennifer García Carrizo...42
- El tratamiento del COVID-19 durante la tercera ola en el Twitter de los informativos de RTVE y A3N
Julia Fontenla Pedreira y Talía Rodríguez Martelo...53
- El gran relato de la guerra contra el virus: La retórica bélica de Pedro Sánchez ante la crisis de COVID-19
Julen Orbegozo Terradillos y Marian González Abrisketa...63
- Construcción del discurso comunicativo de las empresas españolas cotizadas durante la primera ola del COVID-19
Celia Rangel y Daniela Musicco...75
- Caricaturas periodísticas en tiempos de COVID-19: Caso Ecuador
Lindan Ordoñez Borja y Ángel Torres Toukoumidis...84
- Evaluación de la Interseccionalidad como Herramienta de Inclusión Pedagógica
Alejandro de los Santos y Lourdes Aranda...100
- La religión se vuelve y se mantiene digital. Cómo el escenario online ha constituido nuevas iniciativas digitales
Míriam Díez Bosch, Adriana Chiva Polvillo y Sílvia Pascual Fontanilles...108
- Una tipología de la figura del turista: hacia una redefinición del turismo como fenómeno de consumo
Asja Fior...115

II. Comunicación Social

- Responsabilidad social, calidad académica y Aprendizaje por servicio, el rol de la universidad contra el cambio climático
Patricia Adriana Delponti, Carmen Rodríguez Wangüemert y Francisco Javier Almunia...125

- Pedagogía del miedo: medidas de autoprotección en violencia de género. Análisis didáctico
Antonio Nadal Masegosa...135
- La construcción de la igualdad a través de la visibilidad en los medios de comunicación, hacia una democracia comunicativa
Rocío Sánchez Ruiz...143
- Ciberviolencias machistas digitales: Análisis de los tipos más sufridos y de las acciones que se llevan a cabo para combatirlos
Irene Bajo-Pérez...152
- Redes sociales para expandir la verificación ante la infodemia: prácticas de los medios hispanos de la International Fact-Checking Network
María Sánchez González y Hada M Sánchez Gonzales...159
- Patentes, Estado y contrato social
Benedicto Acosta...172

III. Redes sociales y política

- El futuro de la comunicación en México
Dolores Aragón Robles-Linares y Claudia Manjarrez Peñúñuri...180
- Comunicación de la Operación Sea Guardian en Twitter: percepción en los estudiantes de Comunicación y de Marketing
Rafael Carrasco Polaino, Javier Jaspe Nieto y M^a Julia Bordonado Bermejo...188
- El efecto de priming de los contenidos en YouTube en las actitudes hacia la corrupción política
Roberto de Miguel Pascual, Rosa Berganza, Beatriz Herrero-Jiménez y Rodrigo Rodríguez Porras...198
- Elecciones europeas y el inicio de una estrategia de comunicación política en Podemos
Raquel Rodríguez Díaz y María Navarro Sorolla...210

IV. Periodismo

- El discurso del rey en los diarios españoles: los marcos informativos en papel y en Twitter
Miguel Ángel Sánchez de la Nieta y Ana Sánchez de la Nieta...220
- El desarrollo del modelo de radiotelevisión pública en España
Beatriz Viladrich Sandín...233
- Series de TV y escenarios digitales en tiempos de pandemia: *La Casa de Papel*
Rut Martínez-Borda, Alba García Vega y Pilar Lacasa Díaz...246
- Periodismo literario y medios digitales: el caso de Luis García Montero en InfoLibre
José Bernardo San Juan y Julio Expósito López...256
- Prensa y memoria. El primer aniversario de la guerra de Malvinas en el diario El País (1983)
María Paula Gago ...266

El periodismo en la producción audiovisual latinoamericana: el caso de Tinta Roja
Joaquín Sotelo-González y Francisco Cabezuelo-Lorenzo...276

Influencers colombianos en el desarrollo de tendencias de moda: un análisis de los líderes de opinión en
Instagram

Alejandro Rivera Monsalve y Daniel Barredo Ibáñez...283

V. Audiovisual

¿Qué es un videojuego? Una introducción a los Game Studies

Daniel Camuñas García...298

Utilización de los simuladores deportivos en la formación de entrenadores de baloncesto

Julio Pérez...306

El vídeo como herramienta para la difusión de los saberes ancestrales

Ana Lucía Colala Troya, Mónica Maldonado Espinosa y Mónica Hinojosa Becerra...318

Factores claves del video de la campaña de crowdfunding: Análisis mediante ratio de consecución

Néstor A. Bruno Pérez y Sandra Morini Marrero...326

Educación social y prostitución. Análisis didáctico de una identidad sexual

Antonio Nadal Masegosa y Jara Martín Escamilla...340