

COORDINADORES:
JAVIER SIERRA SÁNCHEZ Y JORGE GALLARDO-CAMACHO

COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE



COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Coordinadores: Javier Sierra Sánchez y Jorge Gallardo-Camacho

ISBN-13 (impreso) 978-84-486-4056-9

ISBN-10 (impreso) 84-486-4056-X

ISBN-13 (ebook) 978-84-486-4057-6

ISBN-13 (VS) 978-84-486-4058-3

MHID 978-000-85-0416-8

Depósito legal: M-27146-2022



Publicado por McGraw-Hill

Edificio Oasis, 1.ª planta

Basauri, 17

28023 Aravaca (Madrid, España)

Tel. +34 91 1803000

www.mheducation.es

© 2022. Derechos exclusivos de McGraw Hill para manufactura y exportación. Este libro no puede ser re-exportado desde el país al que sea vendido por McGraw-Hill.

Reservados todos los derechos. No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de McGraw Hill.

Director de la Colección de Comunicación: Javier Sierra Sánchez

Coordinación editorial: Cristina Sánchez Sainz-Trápaga

Gerente División Universitaria: Pere Campanario Oliver

Dirección General Sur de Europa: Álvaro García Tejeda

Maquetación: José María Muntané

Arreglos de interior: ESTUDIO, C.B.

Diseño de cubierta: Rubén Rubial Villamarín

Arreglos de cubierta: Mar Nieto Novoa

Impresión: Liber Digital, S.L.

Impreso y encuadernado en ESPAÑA - Printed and bound in SPAIN

1234567890 - 22 23 24 25

Los nombres ficticios de compañías, productos, personas, personajes y/o datos que puedan haber sido aquí utilizados (en estudios de casos o ejemplos) no pretenden

COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

coordinadores

Javier Sierra Sánchez

Jorge Gallardo-Camacho



Madrid • Milán • Londres • México D.F. • Sidney • Singapur • Taipéi • Shanghai • Seúl • Beijing • Hong Kong • Kuala Lumpur • Bangkok • Nueva York • Chicago • Dubuque • Los Ángeles • Columbus • Bogotá • Nueva Delhi • Toronto • D

Contenido

EFFECTOS DE ÓMICRON Y LA RECESIÓN ECONÓMICA MUNDIAL SOBRE LA POBLACIÓN CHINA Y EXTRANJERA RESIDENTE EN ESPAÑA Y LOS ESPAÑOLES CON VÍNCULOS EN CHINA: LA NECESIDAD DE LA INFORMACIÓN	
Ana del Paso Gallego, Jianghong Wei	9
EFICACIA EN LA COMUNICACIÓN DEL PROPÓSITO POR PARTE DE LAS EMPRESAS	
Marta Gil-Ibáñez, María Bonilla-Quijada	23
EVOLUCIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE LA SOLHEIM CUP 2023 EN LA PRENSA NACIONAL ESPAÑOLA	
José Gabriel Fernández Fernández, Nuria Pombo San Miguel, Miguel Ángel Barbero González	33
INSTRUMENTS FOR COLLECTING INFORMATION AND MEDIA ANALYSIS: THE CASE OF FILM JOURNALISM IN PORTUGAL	
Jaime Lourenço	43
LA CULPA Y LA CULPABILIDAD COMO RECURSOS DE MARKETING: ESTUDIO DE LOS SECTORES DE LA ALIMENTACIÓN, TEXTIL Y SEGURIDAD	
Carmen Bermejo Siller, José Ramón Sarmiento Guede	61
LA ÉTICA Y LA TECNOLOGÍA: UN PUNTO DE ENCUENTRO RUMBO AL DESARROLLO	
Raquel Paul Caballero	85
LA INFLUENCIA DE LA PUBLICIDAD EMOCIONAL EN LA ELECCIÓN DE LA UNIVERSIDAD: UN ESTUDIO EXPLORATORIO EN ESPAÑA	
Olinda Mamani Ramos, Teresa Pintado Blanco	99
COVID AND SMS: A CASE STUDY IN COMMUNITY PHARMACY IN PORTUGAL	
Marta Cordeiro Lopes	119
LOS IMPACTOS SOCIOAMBIENTALES Y ECONÓMICOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO: MIGRANTES COMO AGENTES DEL DESARROLLO	
Raquel Paul Caballero	135
EL METAVERSO, MAPEO SISTEMÁTICO DESDE LA COMUNICACIÓN Y LAS CIENCIAS SOCIALES	
Beatriz Jericó Labarta, Víctor Manuel Pérez-Martínez	149

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS EVENTOS DE CAMPAÑA DEL PSOE Y MÁS MADRID EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID DE 2019 Y DE 2021: ADAPTACIÓN COMUNICATIVA A LA SITUACIÓN PROVOCADA POR EL COVID-19

Carmen Bermejo Siller

MUJER MARCA. LA MUJER ANTE LA AUSENCIA DE PODER DIGITAL. DESDE SU FORMACIÓN A LA ESTEREOTIPACIÓN DE SU IMAGEN EN REDES

Teresa-Gema Martín-Casado

LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD: ESTUDIO DEL CASO "POR LA BELLEZA REAL" DE DOVE

Celia Sancho Belinchón

INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA DETECCIÓN Y DESACTIVACIÓN DE FAKE NEWS

Jesús Miguel Flores-Vivar, Ana María Zaharíá

LOS POLÍTICOS DE LA SEGUNDA REPÚBLICA A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS DE MANUEL CHAVES NOGALES

Álvaro Pérez Álvarez.....

PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN: ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN SUS PLANES DE ESTUDIO

Ana Lucía de Vega Martín

ENTORNOS PERSONALES Y ECOLOGÍAS DE APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Carlos René Contreras Cázares, Adriana Berenice Reyes Rodríguez

INSTAGRAM COMO FUENTE DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE LAS ISLAS BALEARES EL PRIMER VERANO TRAS LA COVID-19

Alex Araujo Batlle

REPUTACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA COMUNICACIÓN EFICAZ. VENCiendo ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

Cristina Paredes Serrano, Eduardo Gismera Tierno, Antonio Núñez Partido

LAS CAMPAÑAS ELECTORALES EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO: LOS CANDIDATOS VISITAN LA CASA TELEVISIVA DE BERTÍN OSBORNE

Manuel Antonio Pacheco Barrio

LA COMUNICACIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID. LOS MUNICIPIOS ADSCRITOS A LA RED DE TEATROS

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS EVENTOS DE CAMPAÑA DEL PSOE Y MÁS MADRID EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID DE 2019 Y DE 2021: ADAPTACIÓN COMUNICATIVA A LA SITUACIÓN PROVOCADA POR EL COVID-19	165
Carmen Bermejo Siller	
MUJER MARCA. LA MUJER ANTE LA AUSENCIA DE PODER DIGITAL. DESDE SU FORMACIÓN A LA ESTEREOTIPACIÓN DE SU IMAGEN EN REDES	183
Teresa-Gema Martín-Casado	
LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD: ESTUDIO DEL CASO "POR LA BELLEZA REAL" DE DOVE	207
Celia Sancho Belinchón	
INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA DETECCIÓN Y DESACTIVACIÓN DE FAKE NEWS	223
Jesús Miguel Flores-Vivar, Ana María Zaharíá	
LOS POLÍTICOS DE LA SEGUNDA REPÚBLICA A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS DE MANUEL CHAVES NOGALES	233
Álvaro Pérez Álvarez.....	
PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN: ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN SUS PLANES DE ESTUDIO	245
Ana Lucía de Vega Martín	
ENTORNOS PERSONALES Y ECOLOGÍAS DE APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO	255
Carlos René Contreras Cázarez, Adriana Berenice Reyes Rodríguez	
INSTAGRAM COMO FUENTE DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE LAS ISLAS BALEARES EL PRIMER VERANO TRAS LA COVID	271
Alex Araujo Batlle	
REPUTACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA COMUNICACIÓN EFICAZ. VENCiendo ESTEREOTIPOS DE GÉNERO	291
Cristina Paredes Serrano, Eduardo Gismera Tierno, Antonio Núñez Partido	
LAS CAMPAÑAS ELECTORALES EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO: LOS CANDIDATOS VISITAN LA CASA TELEVISIVA DE BERTÍN OSBORNE	311
Manuel Antonio Pacheco Barrio	
LA COMUNICACIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID. LOS MUNICIPIOS ADSCRITOS A LA RED DE TEATROS	327
Carlos Treviño Avellaneda	

ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE LOS EVENTOS DE CAMPAÑA DEL PSOE Y MÁS MADRID EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID DE 2019 Y DE 2021: ADAPTACIÓN COMUNICATIVA A LA SITUACIÓN PROVOCADA POR EL COVID-19	
Carmen Bermejo Siller	165
MUJER MARCA. LA MUJER ANTE LA AUSENCIA DE PODER DIGITAL. DESDE SU FORMACIÓN A LA ESTEREOTIPACIÓN DE SU IMAGEN EN REDES	
Teresa-Gema Martín-Casado	183
LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LA PUBLICIDAD: ESTUDIO DEL CASO "POR LA BELLEZA REAL" DE DOVE	
Celia Sancho Belinchón	207
INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LA DETECCIÓN Y DESACTIVACIÓN DE FAKE NEWS	
Jesús Miguel Flores-Vivar, Ana María Zaharfa	223
LOS POLÍTICOS DE LA SEGUNDA REPÚBLICA A TRAVÉS DE LAS ENTREVISTAS DE MANUEL CHAVES NOGALES	
Álvaro Pérez Álvarez.....	233
PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN Y DE LA INFORMACIÓN: ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS MEDIÁTICAS EN SUS PLANES DE ESTUDIO	
Ana Lucía de Vega Martín	245
ENTORNOS PERSONALES Y ECOLOGÍAS DE APRENDIZAJE EN ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO	
Carlos René Contreras Cázarez, Adriana Berenice Reyes Rodríguez	255
INSTAGRAM COMO FUENTE DE INFORMACIÓN TURÍSTICA: LA PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE LAS ISLAS BALEARES EL PRIMER VERANO TRAS LA COVID	
Alex Araujo Batlle	271
REPUTACIÓN EMPRESARIAL A TRAVÉS DE UNA COMUNICACIÓN EFICAZ. VENCIENTO ESTEREOTIPOS DE GÉNERO	
Cristina Paredes Serrano, Eduardo Gismera Tierno, Antonio Núñez Partido	291
LAS CAMPAÑAS ELECTORALES EN LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO: LOS CANDIDATOS VISITAN LA CASA TELEVISIVA DE BERTÍN OSBORNE	
Manuel Antonio Pacheco Barrio	311
LA COMUNICACIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID. LOS MUNICIPIOS ADSCRITOS A LA RED DE TEATROS	

CONO 14



EDU LAB
congresos

Mc
Graw
Hill



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

universidad
SANJORGE
GRUPO SANVALERO



GRUPO
ARAGÓN DIGITAL



DEPARTAMENTO DE
CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
APLICADA



+D
fundación para
la investigación
social avanzada

MHID: 978-0008504168



9 780008 504168