

140 mm

15,00 mm

140 mm

## fragua**comunicación**, n° 220

Estamos ante un escenario fácil para la manipulación. Vivimos en una sociedad en la que la velocidad por difundir información no invita a la reflexión, la actualidad viene dada prácticamente sin contenido y sin contrastar y los medios de comunicación saturan de imágenes y mensajes. En este contexto es preciso desarrollar el sentido crítico. El 'saber hacer' debe considerarse sobre la base del 'saber pensar'. En este punto es donde valoramos que el conocimiento de la universidad debe ser compartido con la sociedad, como una transferencia de conocimiento.

Este libro lo integran capítulos que se inician con una reflexión en torno a una problemática actual concreta y la ponen en relación con una teoría de la comunicación que ayude a entenderla. Así, se pretende ofrecer una visión práctica, útil y actual de un fundamento teórico.

**Montserrat Jurado Martín** es profesora titular de Periodismo en la Universidad Miguel Hernández (España). Experta en periodismo cultural, festivales de cine e industrias culturales.

**María Dolores Cáceres Zapatero** es catedrática de Sociología en la Universidad Complutense. Codirectora del grupo de investigación Mediación Dialéctica de la Comunicación Social y presidenta de la Asociación Madrileña de Sociología.



ISBN: 978-84-7074-997-1



9 788470 749971 &gt;

EDITORIAL  
**fragua**



220

Montserrat Jurado Martín  
María Dolores Cáceres Zapatero  
(Editoras y Directoras)

La mirada mediática

Montserrat Jurado Martín  
María Dolores Cáceres Zapatero  
(Editoras y Directoras)

# La mirada mediática

Una revisión de la actualidad  
desde las Teorías de la Comunicación

fragua**comunicación**

EDITORIAL  
**fragua**

210 mm

**MONTSERRAT JURADO MARTÍN**  
**MARÍA DOLORES CÁCERES ZAPATERO**  
Editoras y directoras

**La mirada mediática**  
Una revisión de la actualidad  
desde las Teorías de la Comunicación

 EDITORIAL  
**fragua**  
MADRID MMXXIII

No se permite 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 y por escrito del Editor y de las Autoras.

Director de la Colección: Ignacio Muñoz Maestre

Título: La mirada mediática. Una revisión de la actualidad desde las Teorías de la Comunicación

© Montserrat Jurado Martín y María Dolores Cáceres Zapatero (Editoras y directoras)

© Cada uno de los autores de los textos

© Diseño de portada Kanghui Liu y Francisco Julián Martínez Cano

Modelo de portada: Guadalupe Pomares Jurado

En aplicación de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, toda referencia a personas, colectivos o cargos académicos, cuyo género sea masculino, estará haciendo referencia al género gramatical neutro; incluyendo, por tanto, la posibilidad de referirse tanto a mujeres como hombres.

*La mirada mediática. Una revisión de la actualidad desde las Teorías de la Comunicación* ha contemplado la revisión ciega por pares de sus capítulos para asegurar la calidad de los contenidos.

© EDITORIAL FRAGUA  
C/ Andrés Mellado, 64.  
28015-MADRID  
TEL. 915-491-806/ 915-442-297  
E-MAIL: editorial@fragua.es  
www.fragua.es

I.S.B.N.: 978-84-7074-997-1  
Depósito Legal:

## ÍNDICE

Presentación	
<b>Transferencia social de las Teorías de la Comunicación</b> <i>Montserrat Jurado Martín</i> , Universidad Miguel Hernández de Elche y <i>María Dolores Cáceres Zapatero</i> , Universidad Complutense de Madrid. . . . .	9
Prólogo	
<b>¿Qué decir de la teoría de la comunicación?</b> <i>José Luis Piñuel Raigadal</i> , Universidad Complutense de Madrid. . . . .	17
Capítulo 1	
<b>La fotografía que sobrecogió al mundo</b> <i>María Dolores Cáceres Zapatero</i> , Universidad Complutense de Madrid. . . . .	21
Capítulo 2	
<b>La guerra TikTokeada: el usuario es el mensaje en la Sociedad Red</b> <i>Jose Alberto García-Avilés</i> , Universidad Miguel Hernández de Elche. . . . .	41
Capítulo 3	
<b>Radiografía de la desinformación: La pandemia de la Covid-19</b> <i>Dolors Palau-Sampio</i> , Universidad de Valencia. . . . .	65
Capítulo 4	
<b>Mediaciones y Mediatizaciones. Greta Thunberg y el movimiento juvenil frente al cambio climático</b> <i>Alejandro Barranquero</i> , Universidad Carlos III de Madrid. . . . .	87
Capítulo 5	
<b>La construcción mediática del suicidio desde la Teoría de la Espiral del Silencio</b> <i>Carmen Gaona Pisonero</i> , Universidad Rey Juan Carlos. . . . .	105

Capítulo 6	
<b>Obsolescencia informativa programada... y la agenda temática de los medios</b>	
<i>Montserrat Jurado Martín,</i>	
Universidad Miguel Hernández de Elche. ....	127
Capítulo 7	
<b>Hipercomunicación digital, posverdad y complejidad social</b>	
<i>Juan Miguel Aguado,</i>	
Universidad de Murcia. ....	155
Capítulo 8	
<b>Esclavos felices de la tecnología</b>	
<i>Juan-Manuel Barceló-Sánchez,</i>	
Universidad Complutense de Madrid. ....	181
Capítulo 9	
<b>Teoría crítica y economía política de las redes sociales. Reflexiones y debates en torno al caso de Cambridge Analytica</b>	
<i>David Montero Sánchez y</i>	
<i>José Manuel Moreno-Domínguez,</i>	
Universidad de Sevilla. ....	199
Capítulo 10	
<b>El triunfo de la sinrazón en la era Trump. Sobre la teoría de la aguja hipodérmica y el poder de las redes sociales</b>	
<i>Jordi Busquet Durán y Pere Franch,</i>	
Universidad Ramón Llull. ....	225
Epílogo	
<b>La ciencia de la comunicación como nuevo paradigma social</b>	
<i>Juan Antonio Gaitán Moya,</i>	
Universidad Complutense de Madrid. ....	251
Biografía de autores. ....	257