

Novedades editoriales, por Alba Silva Rodríguez*Book reviews, by Alba Silva Rodríguez*

Título: La ingeniería del Big Data. Cómo trabajar con datos.

Autor: Juan José López Murphy y Gonzalo Zarza

Editorial: UOC

Páginas:184

ISBN: 9788491800033

El periodismo de datos es una disciplina que los principales medios de comunicación internacionales han incorporado en los últimos años, ofreciendo a los lectores visualizaciones y tratamientos de datos para explicar las noticias de una forma clara y comprensible.

Este libro reflexiona acerca la apuesta por el emergente campo del Big Data (análisis de grandes cantidades de datos, muchos en abierto) como una herramienta interesante para encontrar nuevas historias y contarlas a partir de nuevas narrativas. La digitalización de documentos y hechos acaecidos en el mundo ha producido una

increíble cantidad de material para buscar, seleccionar, procesar, analizar, comparar y publicar por parte del periodista.

Este proceso requiere de la disponibilidad de herramientas y programas especiales, así como las habilidades técnicas y matemáticas para usarlos. Esto es lo que Juan José López y Gonzalo Zarza nos enseñan a través de esta publicación.



Título: **Una pedagogía virtual en el marco de los Estudios Culturales**

Autor: Beatriz Fainholc

Editorial: UOC

Páginas: 212

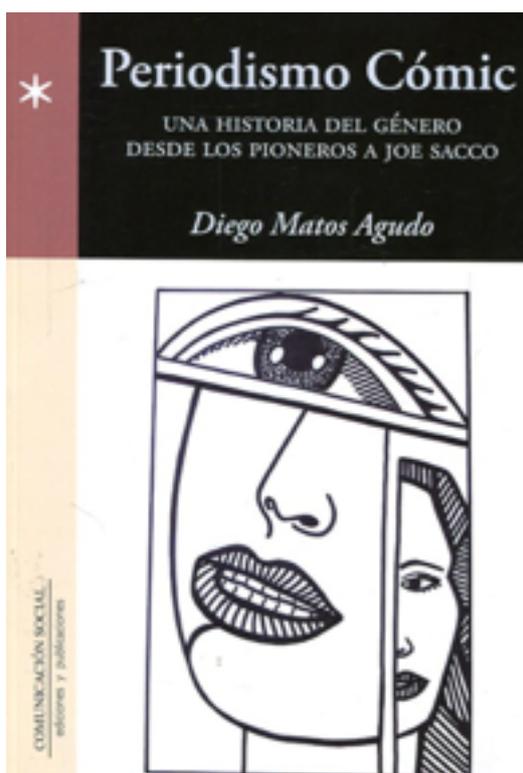
ISBN: 9788491800002

Una pedagogía virtual y los estudios culturales impulsan una formación relevante y pertinente de profesores, administradores, investigadores, estudiantes y profesionales que cuestionan la disciplina cultural y el control social de la tecnología, para robustecer la autonomía en la educación.

En el panorama actual, la docencia virtual, conocida como e-learning, representa una nueva era en la educación a distancia. No hay duda de que en estos momentos su crecimiento es exponencial, especialmente en la educación universitaria, donde se cuenta ya con un número significativo de profesores que lo emplean para desarrollar y ampliar tanto su

trabajo presencial como los programas que ofrecen a distancia. Indagar en los estudios culturales aporta cuestiones centrales para estudiar las transformaciones del aprendizaje real y virtual.

En el contexto de la comprensión de la realidad en la que nos movemos la educación es la aproximación que hace el hombre a la transmisión, conservación y renovación del conocimiento. La pedagogía es, por lo tanto, la forma en la que se enseña. Este libro nos adentra en el apasionante oficio de enseñar y en el procedimiento para hacerlo en el contexto de los actuales estudios culturales.



Título: **Periodismo Cómico**
Autor: Diego Matos Agudo
Editorial: Comunicación Social
Páginas: 246
ISBN: 9788415544630

Este libro profundiza en la interrelación del periodismo con el cómic acercándonos desde una perspectiva histórica a su origen. Diego Matos sitúa este nuevo género periodístico en la actualidad para entender la realidad a partir de nuevas narrativas.

Matos nos acerca también a la figura del periodista maltés Joe Sacco, especialmente conocido por los libros en los que cuenta sus experiencias en zonas de conflicto en Palestina o Bosnia, entre otros, y por su colaboración como dibujante en *American Splendor*, de Harvey Pekar.

El periodismo cómic utiliza las rutinas, herramientas y códigos propios del periodismo - dejando de lado la inmediatez y lo noticioso- combinados con la plasticidad, el impacto de la puesta en página y la planificación documental audiovisual propios del cómic. Esta obra resulta realmente interesante en la actualidad para reflexionar sobre los cambios de paradigmas y la búsqueda de formas originales de impacto y credibilidad a partir de nuevas narrativas.



Título: **Comunicar y educar en el mundo que viene**

Autor: Roberto Aparici y David García Marín

Editorial: Gedisa

Páginas: 288

ISBN: 9788416919642

El libro de Roberto Aparici y David García nos acerca a temas y cuestiones que la comunicación y la escuela silencian o niegan. En muchas ocasiones se responsabiliza a los docentes y a los comunicadores de sus acciones y los modelos que ponen en práctica, pero lo que hacen no es más que reproducir las políticas educativas, comunicativas e informacionales que el Estado asume y practica en los medios y en la educación.

Mientras los gobiernos no pongan en marcha proyectos, propuestas e ideas que se correspondan con la Sociedad de la Información, en las escuelas y Universidades, así como en los medios, estaremos inmersos en concepciones

propias de otra era. Estamos a punto de iniciar la tercera década del siglo XXI y las prácticas educativas y comunicativas siguen atadas a los modelos que se dieron a lo largo del siglo XX.



Título: **The new analog: como escuchar y reconectarnos con el mundo digital**

Autor: Damon Krukowski

Editorial: Alpha Decay

Páginas: 184

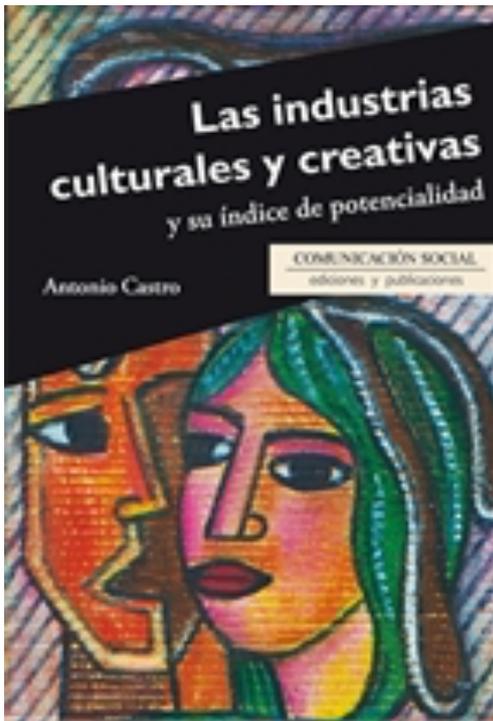
ISBN: 9788494742309

Damon Krukowski explica con una prosa nítida de dónde venimos –el paradigma analógico– y hacia dónde estamos yendo, y durante el trayecto relata de manera detallada la transformación de los sistemas de producción y grabación y de los cambios en nuestro oído, y por extensión en nuestro cerebro. Lo nuevo que tenemos, y lo bueno que hemos perdido: la comunicación a partir del ruido, la distorsión, los crujidos, los accidentes.

El cambio del sistema analógico por el digital se ha hecho notar en muchos otros aspectos del día a día y en industrias de lo más diversas. Cada vez hay más sistemas digitales alrededor de los

ciudadanos y es fácil ver cómo todo lleva hacia el mismo camino. Pero ante todo pronóstico todavía hay una importante parte de dispositivos y de sistemas que recurren al entorno analógico, lo que hace que sea crucial que los profesionales de la comunicación los conozcan. Porque hasta dentro de mucho tiempo los sistemas analógicos no desaparecerán y por ahora van a seguir siendo tan importantes como antes.

A partir de la música y de su reivindicación del ruido analógico y del proceso artesanal, Krukowski se propone explorar en un sentido amplio la cultura contemporánea, y analizar cómo vivimos en el incontenible flujo de información digital.



Título: Las industrias culturales y creativas y su índice de potencialidad

Autor: Antonio Castro Higuera

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 220

ISBN: 9788415544739

Las industrias culturales y creativas son un sector estratégico en la nueva economía del conocimiento, de ahí la necesidad de contar con herramientas de análisis y de evaluación de su impacto sobre territorios concretos.

Esta obra parte de la premisa de que, en un territorio dado, existen tres dominios fundamentales e imbricados entre sí: las industrias culturales y creativas, la base cultural y creativa y las políticas públicas. Son las políticas públicas, por tanto, las responsables de crear las condiciones propicias para que este sector industrial se erija como eje y

motor del desarrollo económico.

La principal aportación de esta obra se materializa en la propuesta y construcción de un sistema de indicadores denominado «Índice de potencialidad de las industrias culturales y creativas», cuyo principal objetivo es constituirse en una herramienta de primer orden para la toma de decisiones a la hora de diseñar e implementar políticas públicas para el sector.



Título: **Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales**

Autor: Carmen Ciller Tenreiro y Manuel Palacio Arranz

Editorial: Síntesis

Páginas: 160

ISBN: 9788490774182

El proceso de producción de contenidos para plataformas audiovisuales se compone de las siguientes etapas: 1) desarrollo del proyecto; 2) producción; 3) cierre o liquidación de la producción; y 4) explotación comercial del formato, del programa producido y de sus productos derivados.

Así, este volumen tiene como objetivo la confluencia de las diferentes maneras de abordar el ámbito de la producción cinematográfica. Trabajar en el cine y el audiovisual implica asumir una experiencia

colectiva que, de manera fundamental, pasa por el conocimiento exhaustivo de todo el proceso y del trabajo de cada uno de los equipos que realizan este viaje creativo, con la obligación de buscar y encontrar a los espectadores.

Para ello, y tras un relato inicial sobre los procesos inherentes a la producción ejecutiva y a la dirección de producción, se aborda un recorrido histórico y contemporáneo sobre el estudio del público y las campañas publicitarias en las producciones cinematográficas.

El libro concluye con una parte dedicada a cuatro estudios de caso, ejemplos de la diversidad de proyectos que constituye la cinematografía y el audiovisual español.