RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación
vol. 6, núm. 11 (2019), 268-275
ISSN 2341-2690

Novedades editoriales

Book Reviews

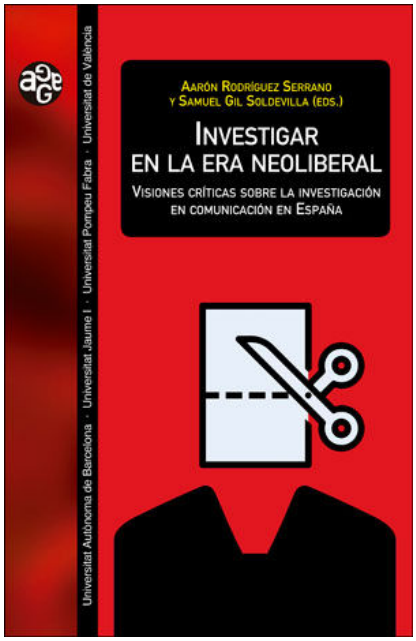
Alba Silva-Rodríguez

Universidade de Santiago de Compostela

alba.silva@usc.es

Forma de citar este artículo:

Silva-Rodríguez, A. (2019). "Reseñas". *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol 6, núm. 11, 268-275.



Título: **Investigar en la era neoliberal. Visiones críticas sobre la investigación en comunicación en España**

Autor: Aarón Rodríguez Serrano y Samuel Gil Soldevilla

Editorial: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona

Páginas: 412

ISBN: 978-84-490-8040-1

Los autores de esta obra hacen una reflexión crítica de la investigación actual en comunicación desde diversas perspectivas con el fin de clarificar conceptos y ofrecer una mirada analítica de este contexto. Para ello, se abordan temas como el de la crisis de la investigación y de la Universidad, los problemas empírico-teóricos del proceso de industrialización, la moda de los "paper" y de los factores de impacto – con sus respectivas consecuencias- o la historicidad de la ciencia, entre otros.

Muchos investigadores y docentes coinciden en señalar que la carrera académica e investigadora se ha convertido en una auténtica pesadilla, probablemente por una manifiesta falta de sentido común entre no pocos responsables académicos y políticos, y por la expansión del pensamiento neoliberal a través de un modelo mercantilizado de la investigación.

Este libro aspira a ser una llamada a la reflexión mostrando la posibilidad de Anima a los investigadores a retar lo establecido y a alcanzar notoriedad e impacto mediante ideas y teorías desafiantes. El volumen invita a la comunidad investigadora a pensar de modo alternativo a través de la problematización de lo dado por sentado, el estilo narrativo y la provocación.



Título: **El audiovisual en la era digital**

Autor: Luis A. Albornoz y Mª Trinidad García Leiva

Editorial: Cátedra

Páginas: 200

ISBN: 978-84-376-3621-4

El debate sobre el audiovisual ocupa en la actualidad y de forma preferente, a los profesionales de los medios de comunicación, a los juristas, los sociólogos y filósofos, así como también a las entidades interesadas en la defensa de los derechos del público consumidor de medios de comunicación audiovisuales. El audiovisual se ha convertido en el formato estrella de la comunicación en la **era digital** y eso exige buscar la manera de educar en la creación e interpretación del lenguaje audiovisual.

Este libro aborda diversos temas que ayudan a contextualizar este escenario a través de reflexiones sobre cómo proteger y promover, a través de políticas públicas y estrategias público-privadas, la diversidad de los bienes y servicios audiovisuales. También se analiza la posición de grandes corporaciones como Google, Amazon, Facebook o Apple en el contexto de la digitalización.

La obra reúne opiniones de destacados especialistas de distintas disciplinas que reflexionan sobre los retos de la Convención de UNESCO consagrada a la diversidad cultural, la gobernanza global de las industrias culturales digitales y aquellos indicadores capaces de dar cuenta de la diversidad en el sector audiovisual.



Título: **Fake News. La verdad de las noticias falsas**

Autor: Marc Amorós García

Editorial: Plataforma Editorial

Páginas: 194

ISBN: 9788417114725

Una fake new es una noticia falsa que se difunde con una voluntad deliberada de engañar y que tiene dos características fundamentales: tener un objetivo claro y adquirir una apariencia de noticia real, precisamente para conseguir engañarnos. Este término alcanzó su mayor popularidad después de que Donald Trump fuera elegido presidente de los EE.UU. al utilizarlo en más de una ocasión durante su campaña electoral para poner en duda la veracidad de las informaciones de algunos medios. Actualmente este concepto se ha extrapolado a varios ámbitos y suponen un reto para el periodismo moderno y los comunicadores.

En la era de la sobreabundancia de la información cada vez es más difícil distinguir la noticia verdadera de la falsa. Si las fake news son mentiras: ¿por qué nos las creemos?; ¿por qué las compartimos?; ¿quiénes las viralizan?; ¿cuál es la verdad de las noticias falsas? A estas preguntas trata de responder Marc Amorós a la vez que profundiza sobre las implicaciones de leer y creer en noticias falsas.



Título: **Ciudadanía digital y democracia participativa**

Autor: Francisco Sierra Caballero, Tommaso Gravante y Salvador Leetoy

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 258

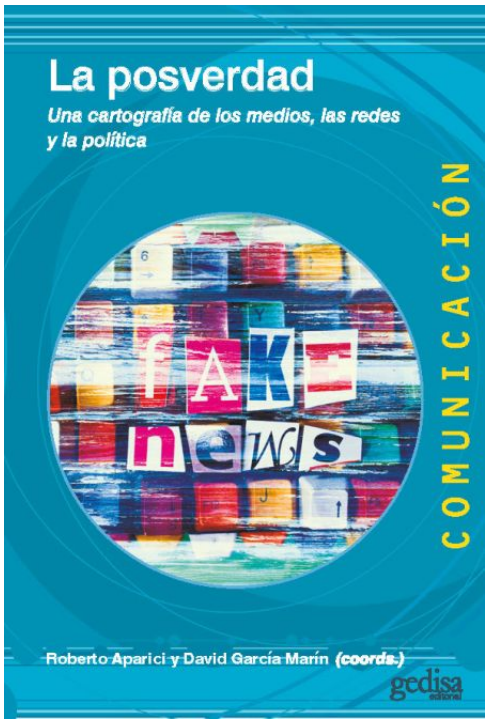
ISBN: 978-84-17600-04-4

Ciudadanía Digital y Democracia Participativa aborda una reflexión crítica sobre los procesos de apropiación social de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por parte de las comunidades, en virtud de las radicales necesidades de expresión y desarrollo cultural de los sujetos que las integran y conforman.

El periodismo digital ofrece la oportunidad y los instrumentos para restituir a las mujeres y hombres como ciudadanas y ciudadanos con derecho y capacidad para participar en la construcción de conocimiento y en la evaluación de las políticas públicas.

En esta obra se abordan propuestas teóricas y analíticas para el estudio de la ciudadanía digital manifestada a través de prácticas de democracia participativa.

También se analizan estudios de caso que abarcan desde la apropiación y transformación de las tecnologías digitales por parte de comunidades indígenas hasta las prácticas de ingeniería social comunicativa como Comunitlán (Puebla, México) o los usos tecnopolíticos que entran en juego en la arena de la disputa política a lo largo de la región, desde Bolivia a México.



Título: **La posverdad**

Autor: Roberto Aparici y David García Marín

Editorial: Gedisa

Páginas: 188

ISBN: 9788417690496

Fake news, posverdad y desinformación son conceptos con un punto en común: los tres implican una distorsión deliberada de la realidad. El fenómeno de la posverdad es considerado como una de las principales amenazas a la democracia actual: convierte a la ciudadanía en consumidora de noticias, la responsabiliza del alcance de las *fake news* a la vez que la empuja a la desconfianza, y cuestiona a los medios de comunicación y a la propia práctica del periodismo.

El fenómeno de la posverdad ha adquirido mayor relevancia en las últimas décadas debido al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), así como por el fácil acceso que tienen millones de personas a estas tecnologías. Este libro plantea un profundo análisis sobre las múltiples caras de la posverdad y reflexiona sobre sus implicaciones mediáticas, sociales, tecnológicas, filosóficas y políticas.



Título: **Competencias mediáticas en medios digitales emergentes**

Autor: Ignacio Aguaded y Luis M. Romero-Rodríguez

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 236

ISBN: 978-84-17600-03-7

La revolución tecnológica y digital que ha supuesto el acceso masivo a las tecnologías comunicativas y a Internet ha llevado a una preocupación social constante por mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, en el sentido de dotarlos de la formación, las herramientas y las competencias necesarias para convivir con los medios y mantener una relación positiva con ellos. Este libro aborda el escenario de las competencias mediáticas y digitales de la ciudadanía como capacidad de los individuos de desenvolverse en el actual sistema mediático. Se analizan también las dimensiones estructuradas, entre ellas el lenguaje, la producción y difusión, las ideologías y los valores, las tecnologías y las estéticas y narrativas.

Los autores reflexionan acerca de la necesidad de establecer vías que definan estrategias para lograr la apropiación de los medios de una manera responsable, eficaz y ética por parte de los ciudadanos. Además, proponen algunas prácticas educomunicativas dirigidas a usuarios, padres de familia, centros de formación e instituciones del Estado.



Título: **Cine y series. La promiscuidad infinita**

Autor: Alberto Nahum García Martínez y María J. Ortiz

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 304

ISBN: 978-84-17600-05-1

Cine y Series. La promiscuidad infinita reflexiona sobre las interrelaciones que existen entre el cine y la televisión desde el punto de vista de la producción y de la estética. En este libro los autores ofrecen una reflexión crítica de las relaciones entre cine y series de televisión profundizando, principalmente, en cuatro ejes: procesos de transformación narrativa del cine a la serialidad; el modelo visual del cine y sus influencias en la serialidad; viejas historias del cine, nuevos sentidos para la contemporaneidad y la innovación en el estudio de las relaciones entre cine y series (ecosistemas narrativos, world building y metáforas audiovisuales).