

**RAE-IC, Revista de la Asociación Española de
Investigación de la Comunicación**

vol. 10, núm. 20 (2023), raeic102017

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.10.20.17>



Novedades editoriales 20

Book reviews 20

Gutiérrez-Caneda, Beatriz

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

beatriz.gutierrez.caneda@usc.es

Prieto-Arosa, Juanma

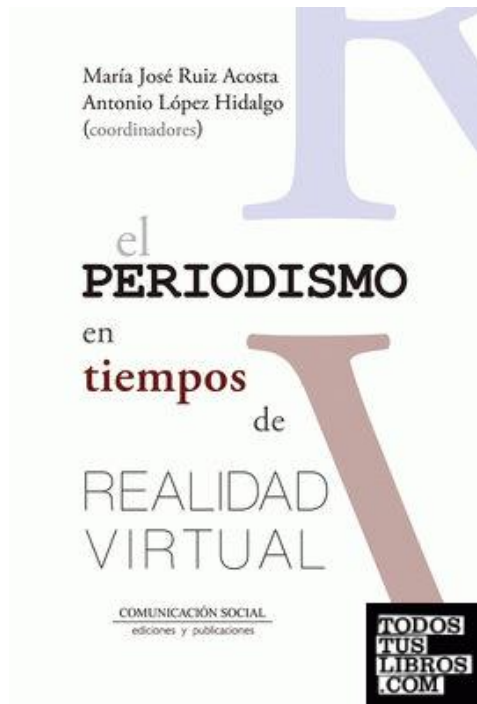
Universidade de Santiago de Compostela (USC)

juanma.prieto@usc.es

Forma de citar este artículo:

Gutiérrez-Caneda, B., & Prieto-Arosa, J. (2023). Novedades editoriales 20. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 10(20), raeic102017.

<https://doi.org/10.24137/raeic.10.20.17>



Título: ***El periodismo en tiempos de realidad virtual***

Coordinación: María José Ruiz Acosta y Antonio López Hidalgo

Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

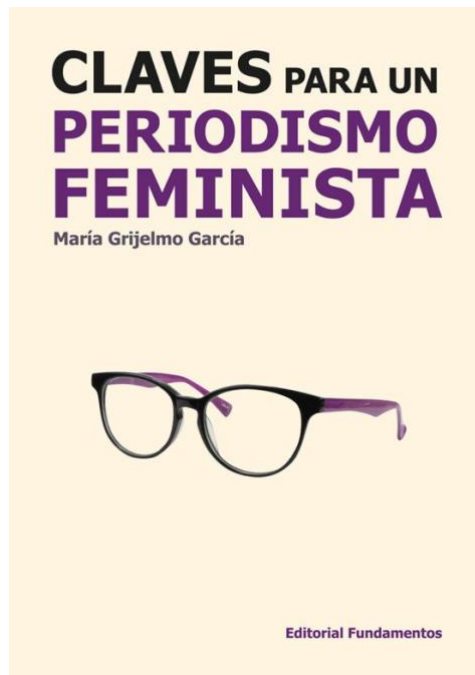
Páginas: 216

ISBN: 978-84-17600-09-9

La incorporación de altas y complejas tecnologías en las redacciones de los medios de comunicación modifican las prácticas, modelos, perfiles profesionales y formatos periodísticos, en la mayoría de los casos introduciendo algún tipo de mejora pero trayendo también consigo desafíos y retos que deben ser analizados.

En este libro colectivo doce investigadores reflexionan sobre las innovaciones que se dan en las rutinas profesionales periodísticas derivadas del desarrollo tecnológico y la situación socioeconómica del momento.

A lo largo de los capítulos se abordan diferentes cuestiones que marcan la situación actual del periodismo como la desinformación y las *fake news*, el fenómeno de los fact-checkers, la aparición de nuevos perfiles profesionales, el periodismo especializado y los formatos más extensos, los desafíos y riesgos que entraña la integración de la IA en las redacciones, la transformación digital o incluso nuevas narrativas aplicadas al periodismo como la realidad aumentada.



Título: *Claves para un periodismo feminista*

Autora: María Grijelmo García

Editorial: Fundamentos

Páginas: 304

ISBN: 978-84-245-1428-0

María Grijelmo García ofrece en este libro un auténtico manual de estilo para una redacción feminista y con perspectiva de género. Como afirma la propia autora, un estilo de redacción feminista es posible, sólo hay que eliminar las barreras que frenan su avance.

Esta obra pretende ser tanto un libro de consulta como un manual de trabajo orientado tanto a profesionales de la comunicación como a cualquier persona que quiera entender como el discurso de los medios de comunicación condiciona la visión del público de una u otra forma dependiendo del enfoque que adopten.

En *Claves para un periodismo feminista* se revisan elementos clave como el papel de las mujeres en las noticias, el lenguaje inclusivo, la importancia de la imagen y una serie de buenas y malas prácticas. Además, se muestra porque es importante la desagregación de datos para evitar desigualdades.

Este libro promete ayudar a los periodistas a “ponerse las gafas moradas” y eliminar las desigualdades y la discriminación que en ocasiones se cuelan entre las líneas de una pieza informativa sin que ni siquiera su autor sea consciente.



Título: **Nuevos y viejos desafíos del periodismo**

Edición: Santiago Tejedor, Cristina Pulido

Editorial: Cátedra

Páginas: 328

ISBN: 978-84-19471-90-1

En esta obra colectiva, Santiago Tejedor y Cristina Pulido recogen 20 capítulos firmados por académicos y profesionales iberoamericanos de referencia en el campo del periodismo y la comunicación. A lo largo de las más de 300 páginas se abordan los diferentes desafíos a los que se enfrenta el periodismo, algunos de ellos ya viejos conocidos y otros, recién llegados.

Los retos que se señalan en este libro abarcan dimensiones muy diversas del ámbito periodístico y se agrupan alrededor de cuatro grandes bloques temáticos: docencia, investigación, profesión e innovación.

En los diferentes capítulos se analizan nuevas metodologías educativas en el ámbito de la comunicación, se explora el problema de las *fake news*, se ahonda en la cuestión de género y se plantean nuevas formas de aprovechar las redes sociales, entre otros temas.

La innovación está muy presente y sirve de hilo conductor durante toda la obra. Para cada desafío detectado, los diferentes profesores, investigadores y profesionales que participan en el libro, ofrecen nuevas ideas y propuestas.



Título: ***Periodismo Deportivo de cine. Ética de la profesión a través de su reflejo en la pantalla y sus códigos deontológicos***

Autor: Javier Montero

Editorial: Editorial Melusina S.L.

Páginas: 224

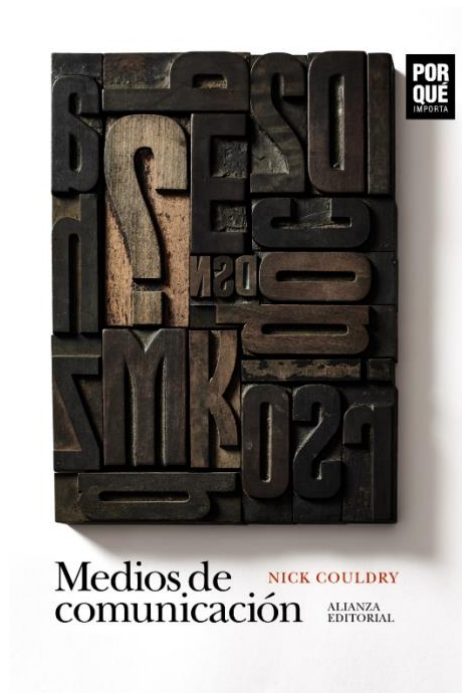
ISBN: 978-84-18403-76-7

Esta obra consiste en un análisis completo y riguroso sobre la ética en el periodismo deportivo. Montero aborda esta tarea estudiando más de treinta películas y series en las que se reflejan problemas éticos relacionados con la profesión.

En este libro, el autor revisa desde clásicos de Hollywood como ‘El orgullo de los Yanquis’, de 1942, hasta series muy recientes como ‘Ted Lasso’, de Jason Sudeikis, que no se estrenó hasta el año 2020.

Pero en ‘Periodismo deportivo de cine’ no sólo encontramos referencias cinematográficas, sino que Montero también incluye casos reales, extraídos de la prensa, la radio, la televisión y de internet para ejemplificar y completar el análisis.

Como resultado de la investigación realizada, Montero subraya la importancia de la responsabilidad ética y deontológica del periodista hacia el público, pero también hacia las fuentes y los referentes informativos. Además, se trata el tema del ‘prestigio de la profesión’ y la integridad profesional.



Título: ***Medios de comunicación: ¿Por qué importan?***

Autor: Nick Couldry

Editorial: Alianza Editorial

Páginas: 152

ISBN: 978-84-1362-351-1

Nick Couldry empieza este libro imaginando un mundo sin medios de comunicación. ¿Cómo sería vivir un solo día sin poder leer las noticias, sin escuchar la radio o sin ver la televisión? ¿Cómo nos organizaríamos sin esa información a la que estamos ya habituados que sea un aspecto central de nuestra vida?

Couldry explora a partir de esta pregunta la importancia de los medios de comunicación, medios que el autor comprende como “un conjunto complejo – y a menudo en conflicto – de instituciones, técnicas y mecanismos que sirven para conectar y representar a seres humanos”.

El autor reflexiona como a día de hoy resulta innegable la función vital que desempeñan los medios de comunicación, tanto convencionales como redes sociales como Twitter o Facebook, en nuestra sociedad.

Este libro encierra en sus páginas una pregunta muy interesante que puede resultar inquietante para el lector: teniendo en cuenta el papel clave de los medios de comunicación a la hora de construir la realidad social, ¿deberíamos celebrar o deberíamos temer los mundos que crean los medios actuales?



Título: ***Gestión de medios públicos en el Entorno Digital. Nuevos valores, estrategias multiplataforma e internet de servicio público***

Edición: Manuel Goyanes, Marcela Campos Rueda

Editorial: Tirant Humanidades

Páginas: 346

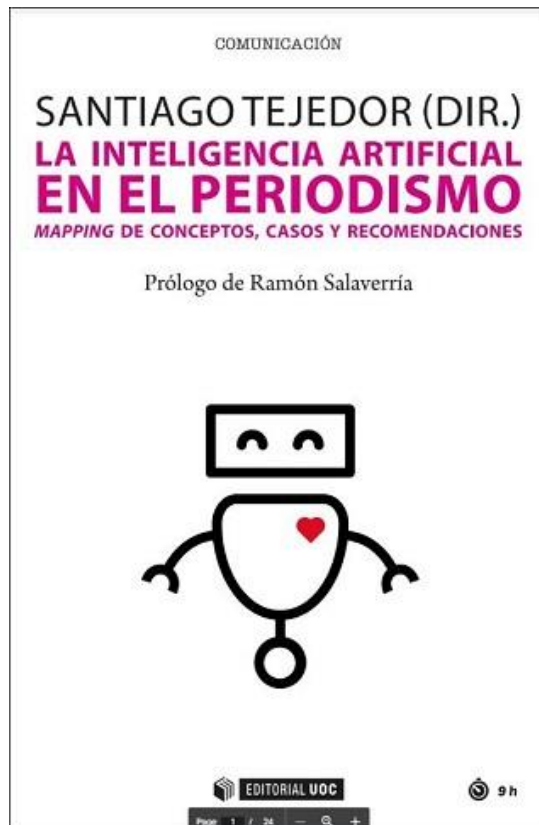
ISBN: 978-84-19286-26-0

Manuel Goyanes y Marcela Campos Rueda abordan en este volumen la necesidad que surge de comprender el impacto de la transformación digital y el mercado multiplataforma en los medios de servicio público, en un momento en que su legitimidad se ve cuestionada tanto desde el mercado como desde la política.

El libro se compone de catorce capítulos que buscan miradas que no se limiten a pensar en términos de adaptación y reacción, sino que ubiquen a los medios de servicio público en un rol propositivo y motor de las transformaciones necesarias para garantizar su misión en esta nueva era de plataformas y contenidos globales.

Este volumen gira en torno a tres reflexiones: [1] la (re)conexión de los medios públicos con la ciudadanía, [2] la amenaza de un entorno digital dominado por una lógica comercial respecto a la atención y privacidad de los ciudadanos y [3] el rol de los Public Service Media (PSM) en la protección y construcción de la esfera pública en

un entorno multiplataforma; que hacen que sea un volumen de gran importancia en el concepto de creación de valor público.



Título: ***La Inteligencia Artificial en el periodismo. Mapping de conceptos, casos y recomendaciones***

Dirección: Santiago Tejedor

Editorial: Editorial UOC

Páginas: 192

ISBN: 978-84-84-91809-80-7

Santiago Tejedor, Cristina Pulido, Elena Hita y Kelly Robledo buscan a través de las páginas de este libro reflexionar sobre el impacto de las posibilidades y los desafíos que la inteligencia artificial (IA) introduce en el periodismo. A partir de una selección de listas, tablas, gráficos, informes, experiencias y noticias, el trabajo invita a cultivar una mirada siempre crítica hacia el rol de la tecnología en el periodismo y la comunicación.

A partir de los diferentes capítulos tratados por investigadores de toda España, se ha elaborado una cartografía mundial de experiencias periodísticas que trabajan con esta

tecnología. La obra presenta directorios de conceptos clave, enumera potencialidades, advierte de riesgos y amenazas, esboza perfiles y procesos, y sintetiza directorios de recursos y materiales de ayuda.

Con un prólogo escrito por el investigador Ramón Salaverría, este volumen tiene como objetivo explicar, contextualizar y divulgar qué es (y qué no es) la IA y cómo puede sumar en el quehacer periodístico.



Título: ***annual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news***

Edición: Carlos Elías, David Teira

Editorial: Editorial UNED

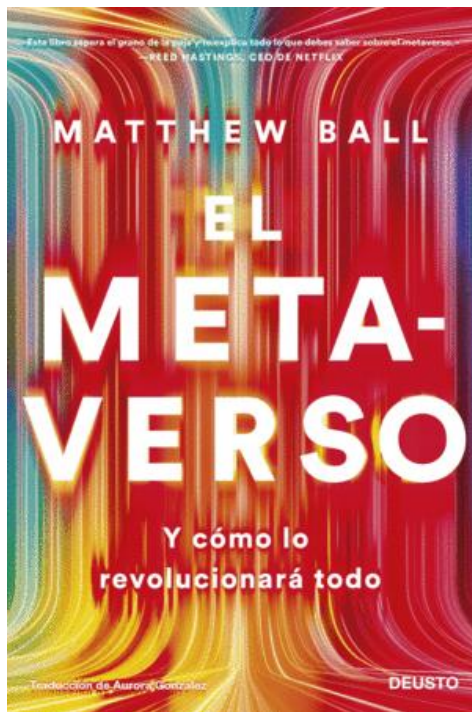
Páginas: 300

ISBN: 978-84-36276-93-0

El libro *Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news* está pensado para los estudiantes de Secundaria con el objetivo de facilitarles una herramienta para combatir un fenómeno negativo en la información periodística y en la sociedad como son las *fake news*.

Carlos Elías y David Teira coordinan este volumen donde diferentes investigadores nacionales escriben consejos y sobre herramientas que puede controlar el auge de desinformación, de *fake news* o de noticias falsas que están siendo distribuidas de forma masiva por las redes sociales.

Este manual nació con la idea de actuar desde la responsabilidad de investigadores y periodistas de combatir este fenómeno. Este libro además de contar con su respectivo texto tiene entre sus páginas un CD con el que alumnos de secundaria y bachillerato y profesores, periodistas en activo, alumnos de otras carreras que no sean de Periodismo y la sociedad en general pueden entender mejor las fake news y su detención inmediata. Este pequeño manual es la principal herramienta que busca, de forma didáctica, paliar un virus informativo que en época de la Covid-19 fue el principal problema en la información mundial.



Título: ***El metaverso y cómo lo revolucionará todo***

Autor: Matthew Ball

Editorial: Ediciones Deusto

Páginas: 400

ISBN: 978-84-234-3427-5

“Bienvenidos al Metaverso” son las palabras con las que el autor Matthew Ball presenta este libro sobre el nuevo fenómeno que en octubre de 2021 Mark Zuckerberg, creador de Facebook, destacó que iba a ser un objetivo dentro de las BigTech para la nueva revolución tecnológica y social.

Tal y como nos explica Matthew Ball en este libro, el metaverso es el sucesor del Internet que hemos conocido hasta ahora. A través de sus páginas, el autor cuenta que el metaverso es un mundo virtual en 3D, una red de experiencias y dispositivos, herramientas e infraestructuras interconectados que van mucho más allá de la mera realidad virtual. Internet ya no estará solamente al alcance de la mano: rodeará nuestras vidas, trabajo y ocio, que pasarán a tener lugar dentro del metaverso.

Matthew Ball busca a través de las páginas de este volumen esclarecer un concepto que no es tan nuevo, pero que en los últimos años no deja de emocionar no solo al sector periodístico y empresarial, sino también al social. Una revolución que cambiará la forma de informarse y de socializar, una nueva forma de comunicarse al alcance de todos.



Título: ***Los medios de comunicación públicos de proximidad en Europa. RTVV y la crisis de las televisiones públicas***

Edición: Javier Marzal Felici, Pablo López Rabadán y Jéssica Izquierdo Castillo

Editorial: Tirant lo Blanch

Páginas: 332

ISBN: 978-84-16786-10-7

Los editores de esta obra Javier Marzal Felici, Pablo López Rabadán y Jéssica Izquierdo Castillo profundizan en este volumen en la necesidad de que la Comunidad Valenciana recupere una radiotelevisión pública, muy diferente a lo que fue en sus veinticuatro años de historia: una radiotelevisión pública que sea un instrumento para reforzar la identidad cultural y lingüística de los valencianos, que sea una auténtica ventana para reflejar la pluralidad social, cultural y política y que esté abierto a la participación ciudadana.

A través de diferentes capítulos de autores nacionales e internacionales, este volumen es capaz de mostrar la actual situación de los medios de comunicación de servicio público más locales, una situación complicada que a medida que pasa el tiempo acrecienta su problema de falta de recursos económicos, tecnológicos y también sociales.

Dentro del contexto europeo, este libro aborda el intenso debate sobre los medios de servicio público de proximidad en Europa donde buscan abordar tres cuestiones: [1] repaso por la necesidad actual de los PSM en el contexto europeo, [2] la urgente redefinición de los medios públicos en la era digital en torno a conceptos como gobernanza, calidad informativa e innovación y [3] el intenso debate generado por el cierre de Radiotelevisió Valenciana (RTVV).