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

vol. 8, núm. 15 (2021), 496-505

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.22>

Novedades editoriales

Book reviews

Silva Rodríguez, Alba

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

alba.silva@usc.es

Forma de citar este artículo:

Silva-Rodríguez, A. (2021). Novedades editoriales. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 8(15), 495-505. <https://doi.org/10.24137/raeic.8.15.22>

Título: ***Planificación de la comunicación de eventos***

Autores: Federico Sabater, Óscar Ato

Editorial: UOC

Páginas: 178

ISBN: 9788491807568

Este libro pretende ser un documento útil y práctico sobre el papel de la comunicación en la planificación de acontecimientos. Una correcta estrategia comunicativa permite mejorar el impacto de los sucesos programados. En un contexto cada vez más digital resulta imprescindible conocer cuáles son las oportunidades que ofrecen los canales y plataformas online. Las redes sociales, el email marketing, los blogs, los formularios y los influencers, entre otros, son algunas de las alternativas que existen a la hora de difundir eventos en la red. El potencial de Internet, con sus características interactivas, participativas y multimedia, ayuda a enriquecer los contenidos digitales y a reforzar la conexión con el público.

Los autores de este volumen definen los pasos y la metodología necesarios para diseñar un plan de comunicación para eventos de todo tipo, desde pequeños actos a grandes festivales. El volumen cumple con la función de manual con consejos teóricos y prácticos relacionados con las principales herramientas comunicativas que se pueden utilizar, con una incidencia especial en el escenario digital. Se complementan los recursos con entrevistas a expertos que contribuyen a enriquecer los contenidos aportando una perspectiva profesional.

Esta publicación se dirige tanto a estudiantes relacionados con el turismo, la organización de eventos, el protocolo o la comunicación corporativa, como a profesionales vinculados a la materia.

Título: ***Las Provincias y María Consuelo Reyna***

Autora: Ana M^a Cervera Sánchez

Editorial: Publicacions Universitat de València

Páginas: 208

ISBN: 978-84-9134-718-7

En una década significativa de nuestra historia reciente, la que va de 1972 a 1982, una periodista, Consuelo Reyna, y un medio de comunicación, “Las Provincias”, que hasta ahora no han sido estudiados, tuvieron una gran influencia como actores relevantes de la Transición valenciana. En este periodo, la periodista y su diario encabezarán cruentas batallas ideológicas, consolidarán bandos y opciones políticas. Y, con todo, recorrerán un trayecto como empresa que deja a la editora, Federico Doménech S.A., en una óptima situación en 1982, cuando el camino de la autonomía valenciana ya ha quedado despejado con la aprobación del Estatut. La simbiosis entre periodismo y empresa es esencialmente determinante y se encarna en una figura, Consuelo Reyna, y en tres puntos que resumen la historia del diario decano: tradición, empresa y Transición.

Ana María Cervera Sánchez (Valencia, 1958) es doctora en Historia Contemporánea por la Universitat de València. Fue becaria del Centre Valencià d'Estudis i Investigació, donde colaboró en el proyecto «Modernización y cambios sociales en la sociedad

valenciana de los años 30», dirigido por la profesora Aurora Bosch, del Departamento de Historia Contemporánea de la Universitat de València. Es autora de trabajos sobre la derecha dinástica y la modernización política en la II República e investigaciones sobre los medios de comunicación valencianos en la Transición. Este es el objeto de su tesis doctoral, presentada en 2017, que da origen a esta obra y versa sobre el diario “Las Provincias” y su dirección durante el proceso de transición a la democracia. En la actualidad, forma parte de la Asociación de Historia Contemporánea, la Asociación de Historia Actual, la Asociación de Historiadores del Presente y la Asociación de Historiadores de la Comunicación.

Título: ***Cómo producir reportajes inmersivos con vídeo en 360º***

Autoras: María José Benítez de Gracia, Susana Herrera Damas

Editorial: UOC

Páginas: 220

ISBN: 9788491807353

El actual contexto informativo, caracterizado por la convergencia multiplataforma, la emergencia del periodismo móvil y la proliferación de contenidos transmedia favorece la aparición de nuevos lenguajes y formatos periodísticos creados a partir de imágenes reales grabadas en 360. Los medios de comunicación digitales están experimentando con esta nueva manera de narrar historias tratando de adaptarse a un escenario en el que la audiencia demanda contenidos segmentados, personalizados y adaptados a sus necesidades. Los reportajes inmersivos trasladan al espectador a la escena del acontecimiento ofreciéndole la capacidad de sumergirse

en la historia y percibirla de un modo similar a si se encontrara en el propio lugar de los hechos.

Las autoras de este libro elaboran un manual útil y necesario para resolver algunos de los principales retos a los que se enfrentan los comunicadores a la hora de producir contenidos adaptados a esta narrativa. Los debates sobre la ética y la responsabilidad, la posibilidad de potenciar la sensación de presencia o la captación de la atención del espectador son algunos de los interesantes temas abordados en este volumen.

Título: ***Periodismo y nuevos medios***

Autores: Santiago Martínez Arias, Joaquín Sotelo González

Editorial: Gedisa

Páginas: 416

ISBN: 9788418193910

La obra coordinada por Joaquín Sotelo y Santiago Martínez reúne las reflexiones y conocimientos de 38 profesores del nuevo departamento de Periodismo y Nuevos Medios de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Consta de diecinueve capítulos que versan sobre temas diversos relacionados con las materias impartidas en la institución. Los primeros capítulos se aproximan al estudio del sistema mundial de la información y de las políticas públicas, ahondando en la concentración de la propiedad de las empresas mediáticas y los procesos de integración y convergencia. El periodismo especializado desde múltiples ópticas (lectura de signos, diseño o información económica), así como el escenario de

verificación o fact checking también ocupan un lugar destacado en este volumen. Se tratan dimensiones que afectan a los aspectos éticos de la comunicación y también se reflexiona sobre la comunicación audiovisual y las nuevas tecnologías de la información. En este sentido, se publican diversos capítulos centrados en el periodismo de datos, la visualización o el sistema de difusión de notificaciones push de las aplicaciones nativas de los medios.

Finalmente, se aborda el impacto de la crisis sanitaria de la Covid-19 en el consumo mediático desde la mirada de dos semiólogos y cuatro expertos en comunicación audiovisual.

Título: La construcción de personajes audiovisuales. Habilidades informativas

Autores: José Valhondo Crego, Agustín Vivas Moreno

Editorial: Gedisa

Páginas: 192

ISBN: 9788418193422

Este libro se centra en la manera en la que se representan los personajes en las películas teniendo en cuenta aspectos relacionados con la construcción de la identidad social y elementos de la teoría de la interpretación actoral.

Se hace un repaso por las principales perspectivas teóricas relacionadas con la identidad del personaje audiovisual para pasar a conocer cómo se construye el actor desde el análisis del guión y la película a través de la teoría fundamentada. Se

profundiza también en la recreación de las masculinidades clásicas y modernas y se analiza el concepto de la identidad como representación narrativa.

Los capítulos teóricos se complementan con textos más empíricos en los que se ponen de manifiesto diversos casos de estudio que ayudan a entender lo explicado previamente. En este sentido, son interesantes los análisis pormenorizados de producciones audiovisuales como *Drive*, *La vida de Brian* o *Insomnia*.

Finalmente, los autores reflexionan sobre el significado de los personajes que resultan ser objetos mentales con los que interaccionamos y que nos ayudan a entender quiénes somos. Las habilidades informativas en este contexto juegan un papel nuclear.

Título: ***A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies***

Autor: Klaus Bruhn Jensen

Editorial: Routledge

Páginas: 528

ISBN: 9781138492929

La tercera edición del manual de metodologías de la investigación cualitativa y cuantitativa ofrece una panorámica actualizada (teórica y práctica) de tres áreas de las Ciencias Sociales: relatos históricos sobre el desarrollo de conceptos clave y perspectivas tradicionales dentro de la investigación; revisiones sistemáticas vinculadas a las empresas mediáticas, los discursos, los usuarios y los contextos

sociales y culturales; y, por último, una guía de buenas prácticas con estudios que explican las diferentes etapas de un proceso de investigación.

El volumen, coordinado por Jensen, profundiza en las relaciones entre la comunicación digital, de masas e interpersonal. Además, se aborda la colaboración entre la industria mediática y el mundo académico, enfatizando en dicha relación participativa y en las ventajas que esta acarrea.

La reconfiguración de las instituciones mediáticas locales y globales también ocupa un lugar destacado en esta monografía. Se trata, en definitiva, de una obra de referencia para estudiantes e investigadores de los medios, la comunicación y los estudios culturales.

Título: ***What is Digital Journalism Studies?***

Autores: Steen Steensen, Oscar Westlund

Editorial: Routledge

Páginas: 136

ISBN: 0367200902

Las tecnologías, las plataformas y las relaciones con la audiencia son, para Steensen y Westlund, las piezas angulares de los estudios del periodismo digital. A partir de las principales teorías, métodos de investigación y fundamentos normativos sostienen

que el periodismo digital significa algo más que producir, distribuir y consumir para las tecnologías digitales.

El libro, que parte de un interrogante general, invita a cuestionar ciertos elementos asentados en la disciplina del periodismo online. ¿Hasta qué punto se han separado las noticias del periodismo? ¿Qué roles juegan las empresas tecnológicas en la producción, distribución y consumo de noticias? Los autores persiguen la respuesta a estas preguntas y argumentan que los estudios sobre el periodismo digital constituyen un campo interdisciplinario enfocado a áreas que van más allá de la puramente periodística.

El contenido de este volumen se enmarca en los debates actuales sobre el periodismo actual y resulta de particular interés para académicos, investigadores y estudiantes de periodismo y comunicación.

Título: ***Redes fugaces. De las audiencias masivas al consumidor reticular***

Autores: Tamara Vázquez Barrio, Luis Núñez Ladevéze, Javier Galán Gamero

Editorial: Síntesis

Páginas: 244

ISBN: 8413570417

Los autores de *Redes fugaces* recopilan en este volumen una serie de contribuciones científicas pertenecientes al proyecto de investigación CONVERED “De las audiencias televisivas a las redes sociales: convergencia de medios en la sociedad digital”

(CSO2016-74980-C2-1-R, financiado por el Plan Nacional de I+D del MINECO a través de fondos FEDER).

Esta obra aborda el cambio cultural producido por el cambio tecnológico como un proceso de confluencia de la tecnología comunicativa con la intensificación de los rasgos de la globalización. Enmarcada en un contexto convergente, se estudia y analiza el paso o transformación del modelo vertical al horizontal (también conocido como reversible) y su influencia en el sistema de producción, transmisión, acceso, percepción y consumo de bienes culturales en una sociedad digitalizada. Se ahonda, desde la perspectiva teórica, en el contexto fenomenológico presentando los rasgos específicos de la mutación tecnológica para dar paso a contribuciones vinculadas a la investigación empírica. En este sentido, destaca el estudio sobre el desplazamiento de las grandes audiencias televisivas debido a la rivalidad de las pequeñas pantallas así como los capítulos dedicados al análisis de la sociedad reticular basada en la tecnología digital. La monografía concluye con una reflexión sobre el escenario de la ubicuidad, profundizando en las nuevas relaciones entre usuarios y medios en un contexto de convergencia global.

El libro pone de manifiesto que esta progresión de la interdependencia del mundo a través de la técnica encierra o expresa una suerte de paradoja al manifestarse como una reproducción a escala global sin distancia de las condiciones comunicativas de las relaciones cara a cara propias de una “aldea primitiva”.