

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

vol. 8, núm. 16 (2021), 428-435

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.20>



Novedades editoriales

Book reviews

Silva Rodríguez, Alba

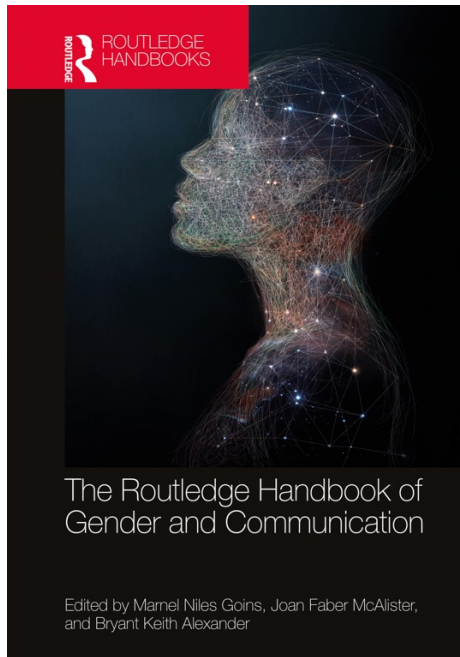
Universidade de Santiago de Compostela (USC)

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(16), 428-435.

<https://doi.org/10.24137/raeic.8.16.20>



Título: ***The Routledge Handbook of Gender and Communication***

Editores: Manel Niles Goins, Joan Faber McAlister, Bryan Keith Alexander

Editorial: Routledge

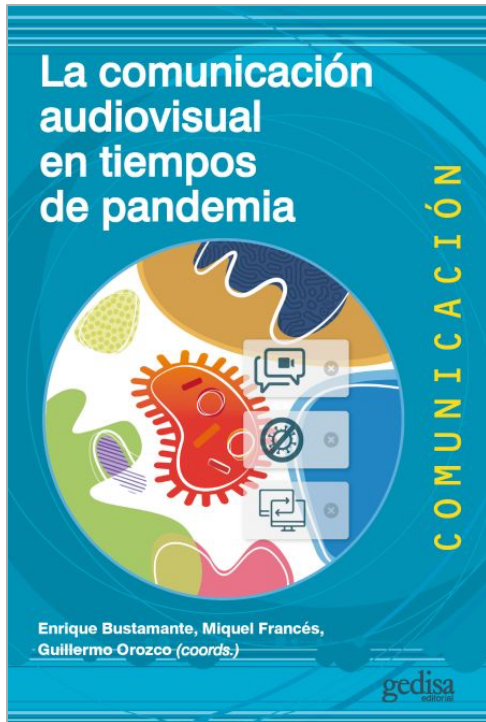
Páginas: 712

ISBN: 9781138329188

Este libro profundiza en las relaciones entre comunicación y género desde el punto de vista de académicos e investigadores. Reflexiones sobre el cambio de roles, análisis de las representaciones de género en los estudios de comunicación, política de género o tendencias éticas y tecnológicas en los medios de comunicación con respecto al tratamiento de género son algunos de los temas que aborda este volumen.

La monografía adquiere carácter de manual dividido en 39 capítulos estructurados en seis secciones temáticas: identidad de género, visualización de género, política de género, estrategias y contexto de género, violencia y comunicación de género y promoción de género en acción. El capítulo final se centra en la investigación académica sobre género y comunicación relacionándola con el activismo.

The Routledge Handbook of Gender and Communication se trata de una obra y un recurso pedagógico de referencia para estudiantes e investigadores que trabajen en las intersecciones de los estudios de género y su relación con el escenario comunicativo.



Título: ***La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia***

Coordinadores: Enrique Bustamante,
Miquel Francés, Guillermo Orozco

Editorial: Gedisa

Páginas: 440

ISBN: 9788418525681

Este volumen aborda el impacto de la pandemia del coronavirus en los medios de comunicación desde diferentes perspectivas: la difusión de la ciencia y la cultura, la reordenación y difusión de contenidos audiovisuales en la comunicación institucional, el tratamiento informativo durante la crisis sanitaria mundial

La obra se propone analizar temas candentes sobre la coyuntura vírica mundial y su relación con el sistema mediático, como: el acceso a una información rigurosa y contrastada, los peligros de la “infodemia” y la situación de los medios en el periodo “postpandemia”, el tratamiento mediático de los colectivos sociales más vulnerables, la divulgación científica y cultural en la pandemia, la crisis y los modelos de comunicación pública, la especial atención a los contenidos de los informativos y un apartado final de buenas conductas de contenidos audiovisuales en tiempos de pandemia.



Título: ***Periodismo cultural en el siglo XXI (I). Contenidos docentes innovadores***

Coordinadoras: Montserrat Jurado Martín,
Beatriz Peña Acuña

Editorial: Universitas

Páginas: 300

ISBN: 9788479914905

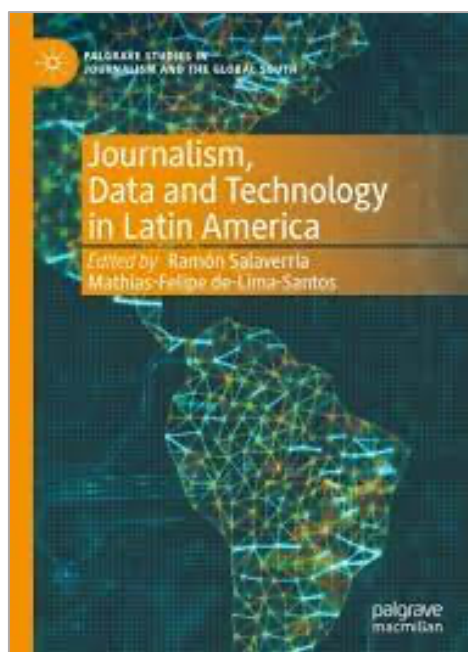
Periodismo cultural en el siglo XXI. Contenidos docentes innovadores ahonda en los retos y desafíos del periodismo cultural en la actualidad. Se estructura en cuatro grandes apartados: periodismo cultural para el siglo XXI, contenidos docentes, estrategias docentes e innovación en contenidos.

Las autoras del volumen, Montserrat Jurado y Beatriz Peña, recogen los estudios y análisis de 28 investigadores y profesores expertos en periodismo cultural bajo el prisma de la docencia y la innovación. En los primeros capítulos se realiza un repaso por el contexto actual del periodismo cultural, la especialización y las oportunidades con relación a la existencia de nuevos modelos de negocio que surgen gracias a la aparición de la red.

En la segunda parte del libro se reúnen y explican los principales géneros informativos como el reportaje cultural o la crónica y se exponen ejemplos prácticos en los que se indican los pasos a seguir para realizar determinadas coberturas de temas culturales.

Por último, se reserva un espacio para la elaboración de contenidos culturales en formato digital. Desde una perspectiva meramente práctica, se reflexiona sobre estudios de caso que aplican nuevas narrativas y formatos multimedia interactivos. La monografía presenta un valor añadido al incorporar ideas sobre propuestas de tareas

o ejercicios relacionados con los contenidos teóricos previamente explicados. Esto lo convierte en un excelente recurso para docentes del ámbito del periodismo especializado que quieran buscar inspiración a la hora de aplicar los contenidos abordados en las sesiones magistrales.



Título: ***Journalism, Data and Technology in Latin America***

Editores: Ramón Salaverría, Mathias-Felipe de Lima Santos

Editorial: Springer

Páginas: 287

ISBN: 978-3-030-65860-1

Este libro explora el ecosistema periodístico digital en América Latina desde el punto de vista de la aplicación de las visualizaciones de datos y el impacto tecnológico. En esta región,

los medios están innovando en la producción, emisión y distribución de contenidos periodísticos hasta el punto de implementar nuevas tecnologías digitales que dan lugar a nuevos géneros y formatos.

Los autores analizan la transformación de los medios de comunicación latinoamericanos centrándose en la adopción tecnológica para mejorar la experiencia informativa de la audiencia manteniendo los preceptos periodísticos básicos como la justicia social y la defensa del sistema democrático.

El volumen llena un vacío significativo en la erudición académica al abordar los múltiples factores externos, principalmente políticos y económicos, que han contribuido a la relativa falta de estudios en esta región. Se aportan ideas visionarias dirigidas tanto a académicos como a trabajadores de la industria sobre cuestiones relacionadas con la implementación de innovaciones y nuevas prácticas que podrían servir de inspiración para otros lugares.



Título: ***La publicidad y el nacimiento de la sociedad de consumo***

Autora: Nuria Rodríguez Martín

Editorial: Catarata

Páginas: 176

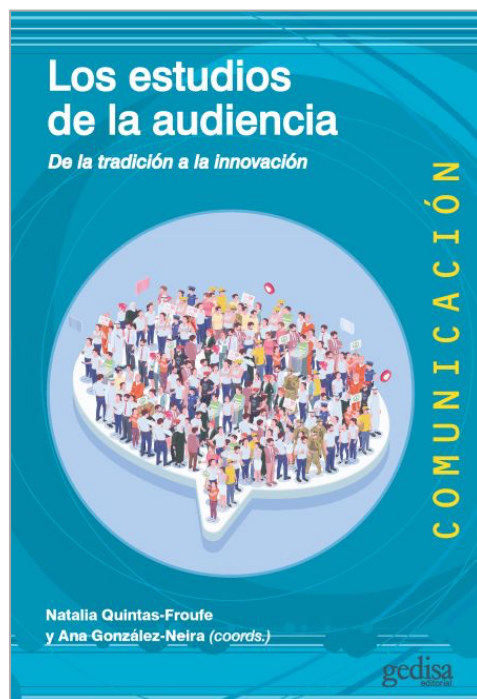
ISBN: 978-84-1352-266-1

Este libro aborda la publicidad desde una mirada histórica. Se realiza un repaso por su presencia en los diarios y revistas de los años 1900 y 1936 para pasar a reflexionar sobre la contribución de los anuncios a la sociedad actual a lo largo del primer tercio del siglo XX.

La autora, Nuria Rodríguez Martín, introduce una reflexión profunda sobre el propio concepto de sociedad de consumo, indisoluble del fenómeno publicitario y lo analiza como uno de los fenómenos culturales más representativos de la actualidad.

A través de las imágenes se refleja el papel de la publicidad en el consumo como un proceso comunicativo con un objetivo claro: impactar en las masas apropiándose de un lenguaje subliminal con la intención de informar sobre la necesidad o disponibilidad de ciertos productos existentes en el mercado.

La publicidad ha sido, desde su origen, un auténtico reflejo de las transformaciones sociales, a la vez que contribuido a crear nuevos estereotipos y roles, así como valores y aspiraciones colectivas a través de sus mensajes.



Título: ***Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación***

Coordinadoras: Natalia Quintas Froufe, Ana González Neira

Editorial: Gedisa

Páginas: 264

ISBN: 99788418525872

Natalia Quintas y Ana González recogen en este volumen la evolución de los estudios de audiencias en el contexto mediático actual.

Los expertos que participan abordan el concepto de audiencia desde una perspectiva teórica para pasar a definir cuáles son los principales métodos cuantitativos y cualitativos de investigación de audiencias. Se realiza, por lo tanto, una radiografía sobre la evolución del término y se analizan los principales sistemas de medición en los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) e Internet. ¿Cuáles son los retos a los que se deben enfrentar los comunicadores y los investigadores de este ámbito en

el futuro? El papel cada vez más activo de las audiencias y su protagonismo y relevancia en el ecosistema digital debe tomarse en consideración a la hora de pensar en los desafíos que impone el actual contexto comunicativo.

Este libro se concibe como un manual o guía de referencia para todas aquellas personas interesadas en el periodismo, la comunicación audiovisual, la publicidad o las relaciones públicas.



Título: ***The Journalism Manifesto***

Autores: Barbie Zelizer, Pablo Boczkowski,
C.W. Anderson

Editorial: Polity Books

Páginas: 115

ISBN: 978-1509542635

Manifiesto en defensa de la renovación y transformación del periodismo. Sus autores reflexionan sobre la obsolescencia de las fuentes y las élites o el papel activo de las audiencias, sosteniendo que el periodismo se ha desacoplado de la dinámica de la vida cotidiana en la sociedad contemporánea.

Zelizer, Boczkowski y Anderson describen los caminos a seguir para restaurar la profesión periodística, una institución esencial de la democracia. Se trata de una lectura obligada para estudiantes, académicos y activistas relacionados con el periodismo, los medios y la comunicación política.