

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

vol. 9, núm. 17 (2022), 410-418

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.18>



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. (2022). Novedades editoriales. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 9(17), 410-418.

<https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.18>



Título: ***Comunicar la ciencia***

Editores: Manuel Gertrudi Barrio, Mario Rajas Fernández

Editorial: Gedisa

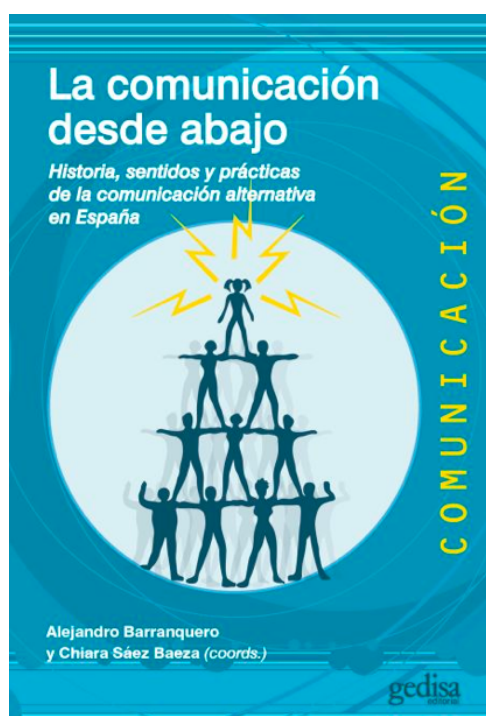
Páginas: 400

ISBN: 9788418525735

Este volumen se configura como una guía de divulgación que contempla las herramientas necesarias para comunicar, de manera eficiente, la investigación científica. El libro se centra en ayudar a conocer y comprender los procesos de difusión de los proyectos de investigación. Se organiza en tres bloques. El primero ofrece una radiografía sobre los perfiles de usuarios que consumen contenido de divulgación científica y explica las técnicas y estrategias de comunicación que pueden aplicarse en un proyecto de investigación. El segundo apartado se centra en los productos, géneros y formatos audiovisuales que se pueden aplicar a la comunicación científica. Por último, se profundiza en las convocatorias existentes revisando los requisitos necesarios y los principios éticos que las rigen. Además, se analiza el rol de los investigadores como agentes principales en la fase de difusión y divulgación de resultados y se explica el funcionamiento e importancia de los buscadores y las estrategias de posicionamiento web.

Coordinado por dos profesores de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, el libro recoge la mirada de hasta veinte expertos e investigadores desde una perspectiva práctica y funcional. Se busca acceder a las claves para mejorar la comunicación

científica con el objetivo de incentivar el engagement de la audiencia en un contexto marcado por la innovación. El lector podrá aprender a elaborar un plan integral para comunicar los resultados de una investigación, definir los objetivos del plan de divulgación, identificar las ideas-fuerza de un proyecto de investigación, saber seleccionar los canales y medios de difusión o diseñar una estrategia de marketing de contenidos.



Título: ***La comunicación desde abajo. Historia, sentidos y prácticas de la comunicación alternativa en España***

Cautores: Alejandro Barranquero y
Chiara Sáez Baeza

Editorial: Gedisa

Páginas: 256

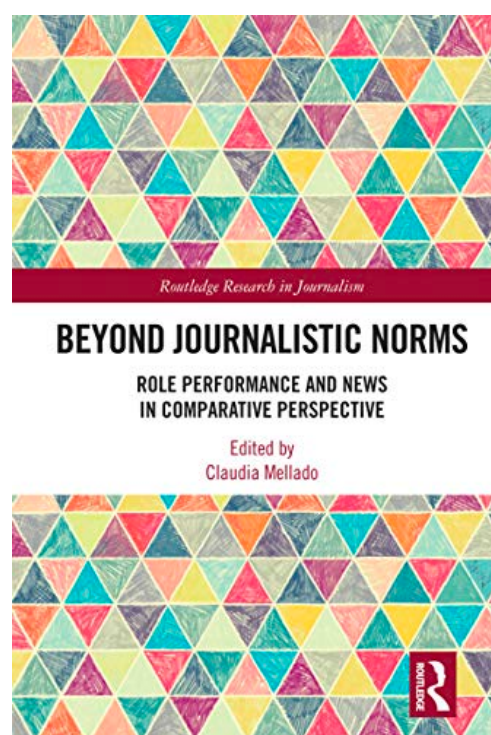
ISBN: 9788418525452

La comunicación desde abajo es una obra de obligada consulta para los que quieran reflexionar sobre la historia de los medios alternativos en España. En este volumen se recogen diferentes iniciativas y experiencias de comunicación comunitaria situando los retos de la investigación en este campo de estudio. Los autores alertan de que, a pesar de tratarse de un ámbito relevante y de gran impacto, ocupa un lugar marginal dentro del ecosistema mediático.

Se parte de los debates conceptuales sobre el uso de diferentes términos como medios comunitarios, ciudadanos o tercer sector que dan cuenta del complejo

escenario comunicativo. Se determinan las etapas de la comunicación alternativa en España según sus funciones en el sistema político y se identifican sus rasgos comunes y funciones específicas en el sistema informativo.

Esta obra contempla tanto la prensa ciclostil y el cine militante, perseguidos durante el franquismo, como la expresión de los nuevos debates y prácticas de comunicación alternativa en España desde la Transición hasta la actualidad. Se trata de un manuscrito que, bajo una mirada retrospectiva, analiza la importancia de los proyectos alternativos en los soportes mediáticos. La difusión de fronteras entre los diferentes ámbitos comunicativos (personal, profesional, mediático y social) también se aborda en este trabajo que no obvia los cambios experimentados con la implantación de Internet. En este sentido, la parte final de libro se centra en analizar el nuevo escenario comunicativo desde este prisma, entendido como una red de medios.



Título: ***Beyond Journalistic Norms. Role Performance and News in Comparative Perspective***

Editora: Claudia Mellado

Editorial: Routledge

Páginas: 320

ISBN: 9780429758195

Claudia Mellado coordina este volumen que reúne a académicos y expertos de

Europa, América y Asia para reflexionar sobre el papel del periodismo desde una perspectiva comparada. Se ahonda en los ámbitos relacionados con el periodismo, la filosofía periodística, la sociología de medios y la investigación en periodismo comparado.

A lo largo de doce capítulos, se establecen los fundamentos teóricos y metodológicos que explican los roles profesionales periodísticos. Se explican estudios de caso que ayudan a entender el papel que cumplen los periodistas en los medios. Se analizan un total de 30.000 noticias para medir, comparar y analizar la función de perro guardián en el escenario mediático.

Este libro será de gran relevancia para los académicos e investigadores que quieran aproximarse a una crítica fundamentada del periodismo.



Título: ***Journalism Research in Practice***

Editores: Robert E. Gutsche, Bonnie
Brennen

Editorial: Routledge

Páginas: 168

ISBN: 9780367496449

Journalism Research in Practice: Perspectives on Change, Challenges, and Solutions recopila 28 investigaciones de expertos e investigadores reconocidos en el panorama

internacional que actualizan las teorías sobre la digitalización, el periodismo social, la participación y los desafíos y retos de la profesión.

Una de las novedades de este volumen reside en su carácter pedagógico y reflexivo. Los autores que componen la obra revisan sus estudios anteriores para proponer más interrogantes sobre el estado actual y futuro del periodismo. Bajo una mirada actual, ilustran coberturas mediáticas de temas candentes para reflexionar sobre la verificación de contenidos y los valores de confianza.

Este libro será un referente para los profesionales o estudiantes que pretendan ahondar en los debates subyacentes del periodismo actual.



Título: ***Digital Political Communication Strategies***

Editora: Berta García-Orosa

Editorial: Palgrave Macmillan

Páginas: 224

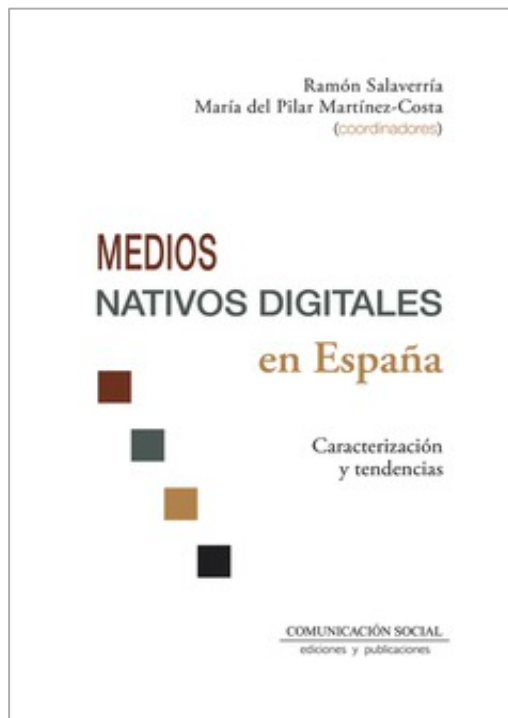
ISBN: 978-84-1352-266-1

Esta obra, coordinada por Berta García Orosa, explora las estrategias de la comunicación política en el contexto digital.

El libro, precedido por un prólogo de Manuel Castells, se estructura en dos partes. La primera aborda el contexto de la comunicación digital y las transformaciones que este acarrea en la política. Se presentan los rasgos principales del periodismo político en medios nativos digitales y se explica el lado oculto de la política digital a través de los

lobbies. El segundo bloque ahonda en las nuevas narrativas y estrategias que se pueden aplicar en la comunicación política digital. La realidad virtual, los formatos inmersivos o las redes sociales son algunos de los temas centrales que se abordan en esta parte.

Digital Political Communication Strategies se convierte en un instrumento necesario para estudiantes e investigadores que quieran profundizar en las últimas tendencias de la comunicación digital en el contexto de la política.



Título: ***Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias***

Coordinadores: Ramón Salaverría, María del Pilar Martínez-Costa

Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

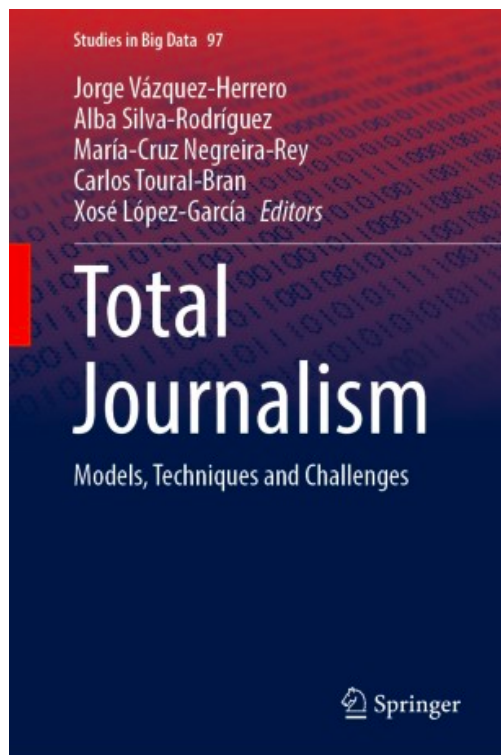
Páginas: 310

ISBN: 9788417600600

A principios de la década de 1990 surgen los primeros medios de comunicación nacidos en Internet en muchos países. A lo largo de las dos primeras décadas del siglo XXI, los medios nativos digitales se multiplican y consolidan. Este desarrollo se ha acelerado como resultado de la crisis económica mundial que comenzó en 2008, que ha afectado especialmente a las compañías de medios tradicionales durante la última década. *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias* se inmiscuye

en este contexto para definir los principales rasgos del actual mercado periodístico digital español.

El libro se estructura en cinco partes: 1) Contexto, 2) Tipologías, 3) Estructura, 4) Estrategias y 5) Perfiles profesionales. Ramón Salaverría abre la obra con una exhausta radiografía de los últimos veinticinco años de la evolución del ecosistema periodístico digital en España. A partir del segundo bloque, se analiza la tipología de cibermedios en función de las plataformas, alcance geográfico, idioma y grupos empresariales. Se contemplan las vías de financiación en los medios nativos digitales y el rol de la audiencia y el papel de las redes sociales. La última parte del libro se centra en la definición de estrategias de contenido móviles, inmersivas, interactivas, multiplataforma y transmedia y se presentan los grandes retos relacionados con los nuevos perfiles profesionales que exige y demanda este nuevo contexto.



Título: ***Total Journalism. Models
Techniques and Challenges***

Editores: Jorge Vázquez-Herrero, Alba Silva-Rodríguez, María-Cruz Negreira-Rey, Carlos Toural-Bran, Xosé López-García

Editorial: Springer

Páginas: 285

ISBN: 9783030880279

Esta obra surge en el seno del grupo de investigación Novos Medios de la Universidad de Santiago de Compostela. El volumen recopila textos de 50 investigadores

internacionales que reflexionan sobre el concepto del periodismo total. Este término hace referencia al periodismo renovado y actual que aprovecha todas las técnicas, tecnologías y plataformas disponibles.

El libro se organiza en diferentes bloques que abordan la naturaleza innovadora del periodismo, el escenario del big data, los nuevos esquemas y modelos profesionales y la relación con las audiencias y los desafíos de la inteligencia artificial. A lo largo de veinte capítulos, los expertos que participan en la obra analizan los cambios en el panorama periodístico durante la tercera década del siglo XXI.

El libro ofrece un panorama actualizado del periodismo desde el punto de vista de la producción y la distribución. Los efectos de la desinformación y el desafío de la inteligencia artificial son también de especial relevancia. Los lectores pueden disfrutar con las contribuciones de prestigiosos expertos e investigadores que hacen de este libro un recurso interesante para los profesionales de los medios y los investigadores en estudios de medios y comunicación.