

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

vol. 11, núm. 21 (2024), raeic112114

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.14>



Novedades editoriales 21

Book reviews 21

Prieto-Arosa, Juanma

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

juanma.prieto@usc.es

Forja-Pena, Tania

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

tania.forja.pena@usc.es

Gutiérrez-Caneda, Beatriz

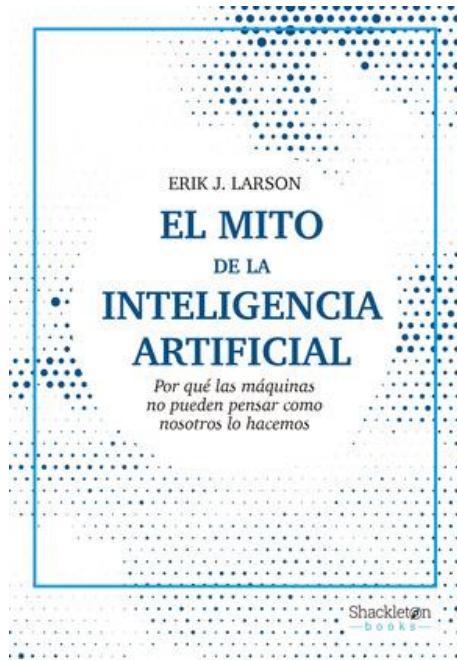
Universidade de Santiago de Compostela (USC)

beatriz.gutierrez.caneda@usc.es

Forma de citar este artículo:

Prieto-Arosa, J., Forja-Pena, T. & Gutiérrez-Caneda, B. (2024). Novedades editoriales 21. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(21), raeic102014.

<https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.14>



Título: ***El mito de la Inteligencia Artificial. Por qué las máquinas no pueden pensar como nosotros lo hacemos***

Autor: Erik J. Larson

Editorial: ShackletonBooks

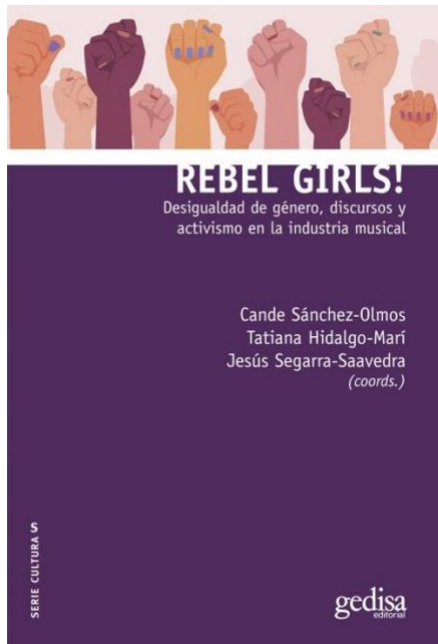
Páginas: 357

ISBN: 978-84-1361-168-6

La llegada y, especialmente, el reciente desarrollo que ha sufrido la inteligencia artificial ha impactado en prácticamente todos los ámbitos de nuestra sociedad. Esta tecnología disruptiva ha sido acogida por muchos como una solución universal para muchos de los retos actuales, aunque tampoco son pocos los que ven en ella una temible amenaza para la vida tal y como la conocemos, convencidos de que la IA eclipsará la inteligencia humana en un futuro. Pero ¿pueden realmente las máquinas llegar a pensar como una persona? Y, si es posible, ¿cómo de lejos está esa realidad?

En este libro de carácter divulgativo, el investigador Erik J. Larson explora el panorama actual de la IA, desmenuzando y explicando la idea de la superinteligencia: qué es, cómo llegar a ella, cómo de lejos estamos de conseguirlo. Esta obra constituye además una puerta de entrada para aquellos no iniciados en esta temática, explicando el nacimiento de la IA así como algunos conceptos clave para poder entender lo que implica esta tecnología.

A lo largo de las páginas del libro, el autor reflexiona sobre los mitos que giran alrededor de la inteligencia artificial e incluye importantes referencias tanto del mundo tecnológico como de la propia historia de la humanidad. Una obra tan completa y compleja como accesible para cualquier lector interesado en el tema.



Título: ***Rebel Girls! Desigualdad de género, discursos y activismo en la industria musical***

Coordinación: Cande Sánchez-Olmos, Tatiana Hidalgo-Marí, Jesús Segarra-Saavedra

Editorial: Gedisa Editorial

Páginas: 366

ISBN: 978-84-19406-10

Este libro colectivo coordinado por Cande Sánchez-Olmos, Tatiana Hidalgo-Marí y Jesús Segarra-Saavedra reflexiona sobre la desigualdad de género en el ámbito musical. Dividida en dos bloques (el primero enfocado en la desigualdad en esta industria y el segundo, en los discursos, la representación y el activismo en este campo), esta obra ofrece una fotografía panorámica rica en texturas que abarca desde la metainvestigación sobre género hasta estudios mucho más específicos como una etnografía en Instagram de las fiestas de reggaetón inclusivas en España.

Las coordinadoras de esta obra toman como premisa la canción *Rebel Girl* de Bikini Kill (banda punk del movimiento feminista Riot Grrrl) para abordar la desigualdad de género en la música popular desde una perspectiva feminista interdisciplinar en el campo de las ciencias sociales y las humanidades.

Este volumen de carácter eminentemente cualitativo, aunque con ciertas pinceladas cuantitativas, ofrece conocimientos tanto teóricos como empíricos que muestran la realidad de las industrias culturales en lo relativo a la desigualdad de género. A lo largo de los capítulos se abordan tanto cuestiones de rabiosa actualidad como la controversia feminista en torno a la canción de Shakira y Bizarrap como temas con una mayor trayectoria, como el empoderamiento femenino en las canciones de Pimpinela.



Título: **Inteligencia Artificial, periodismo y democracia**

Edición: Tamara Vázquez-Barrio, Idoia Salazar García

Editorial: Tirant Humanidades

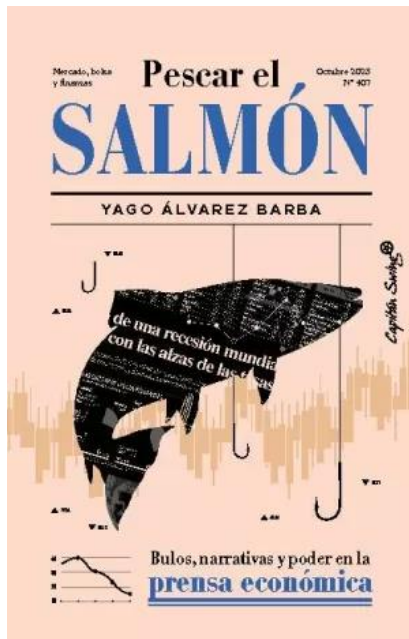
Páginas: 327

ISBN: 978-84-1183-096-6

La inteligencia artificial irrumpe en los medios de comunicación ofreciendo numerosas ventajas, aunque tampoco exenta de retos y desafíos. Este libro colectivo aborda las diferentes caras y aristas que trae consigo la integración de la IA en las redacciones, así como el impacto que puede llegar a tener en la democracia, el entorno normativo que se está desarrollando en torno a ella y la importancia de la alfabetización de las audiencias en lo relativo a esta temática.

Esta obra reflexiona sobre los desafíos para el periodismo y la democracia derivados de la IA, los retos y oportunidades que conllevan el uso de esta tecnología y las posibilidades que ofrece para la lucha contra la desinformación. Además, también incluye capítulos más técnicos sobre cuestiones como la aplicación del algoritmo GPT-3 al periodismo o el rol de los corpus periodísticos en el entrenamiento de modelos de escritura automática.

El aspecto normativo es uno de los ámbitos que suscita más debate en torno a la IA y también se aborda en 'Inteligencia artificial, periodismo y democracia'. Este libro recoge varios capítulos sobre diferentes normativas, legislaciones y propuestas de autorregulación. Para terminar, la obra incluye a su vez varios capítulos relacionados en los que se abarcan cuestiones varias, pero de gran importancia como la alfabetización de las audiencias o la mejora en la accesibilidad a contenidos para personas con diversidad funcional gracias al uso de inteligencia artificial.



Título: ***Pescar el salmón. Bulos, narrativas y poder en la prensa económica***

Autor: Yago Álvarez Barra

Editorial: Capitán Swing

Páginas: 184

ISBN: 978-84-12708-56-1

Yago Álvarez Barra presenta en su obra *Pescar el salmón* un análisis de la prensa económica española y los intereses que la controlan. Su objetivo es proporcionar al lector herramientas para abordar de manera crítica las páginas color salmón de los periódicos.

Álvarez Barra, periodista y coordinador de información económica en El Salto, expone en su libro las prácticas engañosas de la prensa especializada en economía. A lo largo de siete capítulos, el autor aborda la historia de este tipo de prensa, sus métodos de manipulación y desinformación, el poder de la narrativa económica, los contenidos publicitarios o la influencia de las fuentes interesadas, entre otros.

Pescar el salmón concluye animando a los lectores a unirse a la trinchera de la batalla contra la desinformación en este género periodístico y advierte de que van perdiendo. Es por este motivo que ofrece claves para saber quién está detrás de la prensa de color salmón y poder conocer cuáles son sus intereses. Yago Álvarez Barra enfatiza la importancia del conocimiento, la formación y la denuncia como herramientas fundamentales en esta batalla, ya que representan las mejores defensas contra la manipulación mediática.



Título: ***Periodismo e innovación. Reflexiones académicas sobre la profesión en tiempos de IA***

Editores: Catalina Jiménez Correa, Fredy Eduardo Vázquez Rizo

Editorial: Programa Editorial

Páginas: 271

ISBN: 9789586191432

Este libro nace en el seno del XI Encuentro Internacional de Programas Acreditados por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo y Comunicación. En él encontramos estudios y ensayos de más de una veintena de autores que reflexionan sobre los retos y las oportunidades que representa la inclusión de la Inteligencia Artificial en la labor periodística.

La obra se articula en torno a cinco módulos temáticos, cada uno enfocado en examinar distintas problemáticas y retos futuros inherentes al periodismo. El primer módulo se dedica a explorar el periodismo, la innovación y los desafíos prospectivos dentro de esta disciplina. El segundo módulo se enfoca en el análisis de estructuras del negocio periodístico y la evolución de las audiencias. La tercera sección está orientada hacia la reflexión crítica sobre la innovación pedagógica en la formación periodística. El cuarto módulo, denominado periodismo para la sostenibilidad, profundiza en el análisis de las discusiones relacionadas con el ejercicio periodístico de vanguardia. Finalmente, la quinta sección examina la libertad de prensa en la labor periodística.

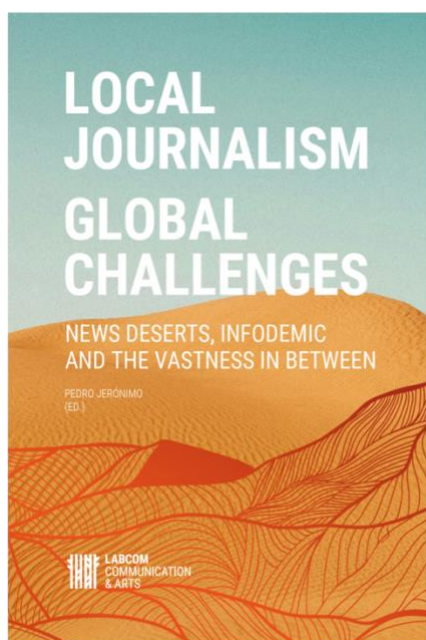
Este texto se constituye como una fuente de consulta primordial para dar respuesta a las problemáticas que surgen y surgirán en el futuro cercano de la inclusión de la Inteligencia Artificial en las redacciones.



La alfabetización mediática y los medios de comunicación es el eje principal de este libro editado por Isabel Lema Blanco en colaboración con CUAC FM, una emisora comunitaria de la ciudad de A Coruña. En esta obra se dan cita académicos y profesionales del sector para reflexionar sobre los medios de comunicación gratuitos y comunitarios, los centros de educación y las entidades sin ánimo de lucro que promueven acciones de alfabetización en medios. Este enfoque multidisciplinar pretende no solo profundizar en el entendimiento de los sistemas mediáticos contemporáneos sino también impulsar iniciativas que mejoren la capacidad crítica de los individuos frente a los contenidos mediáticos.

La estructura de la publicación se articula en torno a tres segmentos distintivos, conformando un esquema exhaustivo de análisis y discusión en el ámbito de la alfabetización mediática y comunicacional. El primer segmento se dedica a la exploración teórica y metodológica de la alfabetización mediática y los medios de

comunicación. La segunda sección se centra en la compilación y análisis de experiencias de alfabetización mediática en el Tercer Sector, donde profesionales del campo comparten sus proyectos y como se llevaron a cabo. La tercera y última sección aborda buenas prácticas en educomunicación y empoderamiento de los medios, donde a través de proyectos en funcionamiento se busca identificar y difundir prácticas ejemplares que sirvan como modelo a futuras iniciativas.



Título: ***Local journalism global challenges. News deserts, infodemic and the vastness in between***

Edición: Pedro Jerónimo

Editorial: Labcom. Communication & Arts

Páginas: 210

ISBN: 978-989-654-970-1

En este libro, se aborda la transformación del periodismo local en la era digital, donde la visibilidad ya no es monopolio de los medios tradicionales, sino compartida por ciudadanos a través de dispositivos tecnológicos. El autor destaca la paradoja de esta democratización de la visibilidad, señalando los desafíos asociados con la falta de escrutinio previo en el contenido ciudadano, especialmente en redes sociales, y su propensión a la desinformación.

El libro aborda la complejidad de las redacciones de noticias, agravada localmente por limitaciones financieras y tecnológicas. Se destacan los *news deserts*, donde la falta de medios locales deja a comunidades sin cobertura regular, el libro plantea preguntas fundamentales sobre la suficiencia de la información ciudadana sin mediación ética. Explora el potencial de la Inteligencia Artificial para respaldar medios locales en estas áreas, cuestionando cómo la tecnología puede asegurar la cobertura regular de territorios invisibles. En resumen, la obra ofrece una perspectiva perspicaz sobre la evolución de la visibilidad mediática, la lucha contra la desinformación y los desafíos únicos del periodismo local en un mundo digital en constante cambio.



Título: ***Innovar en innovación televisiva. Análisis de casos de éxito en los medios públicos europeos***

Edición: César Feiras Ceide, Miguel Túñez López, Marta Rodríguez Castro

Editorial: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Páginas: 246

ISBN: 978-84-17600-96-9

Innovar en innovación televisiva: Análisis de casos de éxito en los medios públicos europeos es una obra exhaustiva que examina críticamente el estado actual de los Medios de Servicio Público en Europa, concentrándose en la innovación dentro de los contenidos informativos. El libro traza un perfil detallado de las principales

radiotelevisiónes públicas, destacando casos de éxito en innovación que han sido analizados por un amplio grupo de expertos académicos.

La obra analiza a fondo la innovación en el periodismo televisivo público europeo, abordando aspectos como la producción de noticias, distribución, formatos, equipos de trabajo y objetivos. Destaca la importancia de centrar la estrategia mediática en los usuarios, adoptar una mentalidad digital y aplicar un liderazgo transformacional respaldado por datos. El análisis se sumerge en los canales de comunicación, el código comunicativo, narrativas y otros elementos que contribuyen a una comunicación fluida y multiplataforma. Este libro se posiciona como una herramienta invaluable para aquellos interesados en comprender y abordar los desafíos actuales en el ámbito mediático, ofreciendo una guía esencial para la innovación y la evolución continua en el servicio público de medios.



Título: *Journalism in the Data Age*

Edición: Jringrong Tong

Editorial: The Reuters Institute for the Study of Journalism

Páginas: 240

ISBN: 978-15264-97-33-8

Journalism in the Data Age emerge como una guía esencial para comprender la transformación del periodismo en la era digital y la influencia de los datos. El libro explora la interconexión entre el periodismo actual y las tecnologías digitales, donde las historias pueden originarse desde diversas fuentes, como el crowdsourcing y las granjas de contenidos, incorporando elementos como visualizaciones de datos y

realidad virtual. Los periodistas, en este contexto, pueden encontrarse trabajando como emprendedores digitales independientes o colaborando con gigantes tecnológicos como Google y Facebook.

Jingrong Tong examina con profundidad el desarrollo del periodismo en este entorno digital, destacando las tendencias cruciales del periodismo en línea, periodismo de datos, periodismo computacional y periodismo emprendedor. Estos temas redibujan la percepción del periodismo como una profesión y su papel en la sociedad. A través de estudios de caso internacionales, la obra aborda cuestiones contemporáneas como la inteligencia artificial, las noticias automatizadas, la rendición de cuentas algorítmica, modelos de negocios digitales y desafíos a la autonomía y legitimidad periodísticas.

Este libro se presenta como una lectura imprescindible para estudiantes de periodismo, proporcionando una comprensión profunda de las dinámicas y desafíos actuales en el panorama digital del periodismo.