

Novedades editoriales, por Alba Silva Rodríguez

Book reviews, by Alba Silva Rodríguez



Título: **E-Reputación - E-Réputation**

Autor: [Jerôme Ferret \(coord.\)](#) / [José Luis Piñuel Raigada \(coord.\)](#)

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 132

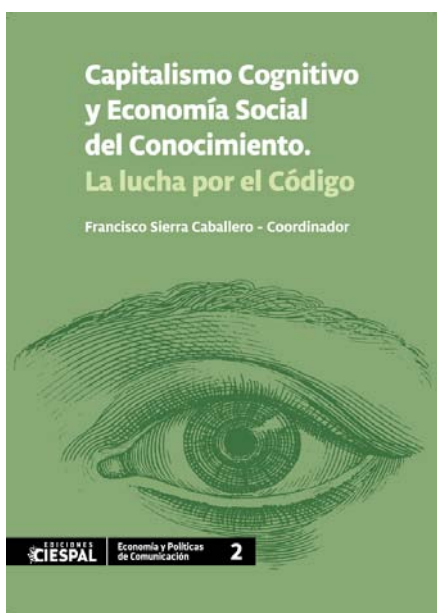
ISBN: 978-84-15544-88-3

Este libro hace un repaso por la irrupción de los medios sociales en Internet. Concretamente, en el nuevo contexto digital surgen conceptos como “e-reputación”, “reputación en línea” o “gestión de la reputación online” que merecen de un estudio profundo para su

comprensión. El objetivo principal de esta publicación es abordar aquellos elementos de la reputación derivados específicamente de los contactos con el medio digital.

La reputación online es el reflejo del prestigio o estima de una persona o marca en Internet. A diferencia de la marca, que se puede generar a través de medios publicitarios, la reputación no está bajo el control absoluto del sujeto o la organización, sino que la “fabrican” también el resto de personas cuando conversan y aportan sus opiniones. En *E-Reputación- E Réputation* Ferret y Piñuel se centran en este universo describiendo también situaciones reales de la gestión de la reputación y analizando cómo esta afecta al nuevo entorno en la actuación de las organizaciones.

El volumen es fruto de la colaboración entre investigadores de la Universidad Complutense de Madrid y la Université Toulouse 1 Capitole, bajo la dirección de dos reputadas figuras de este campo de estudio, Piñuel y Ferret, en España y Francia respectivamente.



Título: Capitalismo cognitivo y economía social del conocimiento

Autor: Francisco Sierra Caballero (Coord.)

Editorial: Ciespal

Páginas: 384

ISBN: 978-9978-55-135-6.

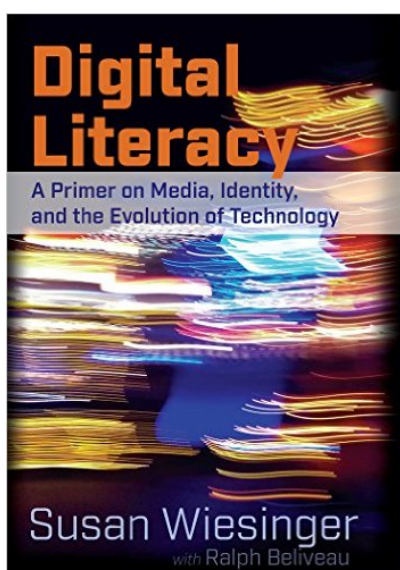
Esta publicación da a conocer uno de los desafíos más importantes a los que se enfrenta la sociedad en el siglo XXI.

Las disputas actuales por la dominación están atravesadas por una nueva fase de acumulación del capitalismo, la cual implica una nueva geopolítica donde el conocimiento ocupa un lugar central. El capitalismo cognitivo destaca lo que

sucede en los flujos de poder que circulan en el mundo global.

La innovación en el interior de los diferentes procesos productivos está directamente relacionada con el uso de la inteligencia, de los conocimientos y de las nuevas tecnologías. En este marco, la Comunicología necesita definir una agenda común sobre tales cuestiones, reconociendo la centralidad de la subsunción del trabajo intelectual. Las discusiones acerca de los sistemas de propiedad intelectual y sus lógicas estructurantes se han convertido en una prioridad estratégica por la radicalización creciente del sistema de apropiación de conocimiento (patentes y copyright) que se imponen con fuerza a través de diferentes escenarios.

Este libro permite reflexionar sobre todas estas cuestiones focalizando en ciertas contradicciones, incluso en determinadas posturas progresistas propias de la América Latina actual. La investigación teórica junto con el autoanálisis crítico de las prácticas de investigadores e intelectuales de la región hacen de este volumen un recurso imprescindible para conocer los entresijos del capitalismo cognitivo.



Título: **Digital literacy**

Autor: Susan Wiesinger/ Ralph Beliveau

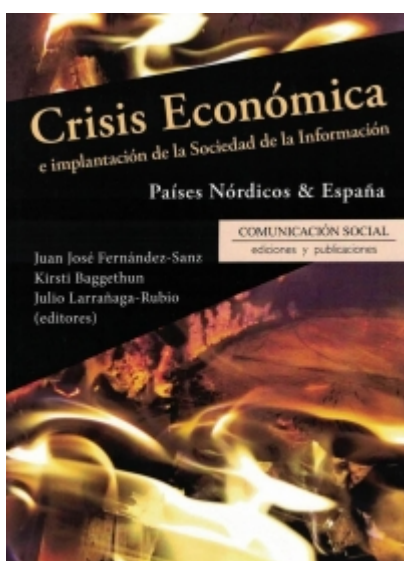
Editorial: Peter Lang Publishing Inc.

Páginas: 179

ISBN: 978-1433128219

Internet, la World Wide Web y los dispositivos digitales han cambiado la forma en la que las personas se comunican. Estos cambios han afectado a los negocios, a las escuelas, a las familias, la religión y hasta la propia democracia.

Esta publicación analiza la evolución que ha sufrido la alfabetización mediática con el impacto de Internet y los medios digitales. El libro explora el concepto de alfabetización digital desde el punto de vista histórico, cultural y crítico. Estas tres perspectivas son útiles para comprender las alteraciones que se han producido en los ámbitos de la identidad y de las relaciones humanas debido al impacto de las nuevas tecnologías. También sirve para comprender el nuevo concepto de ciudadano en una sociedad cada vez más individualizada y en constante flujo.



Título: Crisis Económica e implantación de la Sociedad de la Información

Autor: [Kirsti Baggethun \(ed.\)](#) / [Julio Larrañaga-Rubio \(ed.\)](#) / [Juan José Fernández-Sanz \(ed.\)](#)

Editorial: Comunicación Social

Páginas: 270

ISBN: 978-84-15544-89-0

La presente obra supone una aproximación y estudio comparado acerca de cómo la actual crisis económica ha incidido en la implantación de la Sociedad de Información y el Conocimiento en las dos áreas geopolíticas que se contemplan en este

estudio: las sociedades nórdicas y España.

El modelo nórdico de bienestar es un término utilizado para describir la forma en la que Dinamarca, Noruega, Suecia, Finlandia e Islandia han escogido para financiar y organizar sus sistemas de seguridad social, servicios de salud y educación. Este ejemplo se erige como referente en el que encontrar vías de solución a los desafíos que necesita encarar España. El análisis de la incidencia de la crisis permite calibrar en qué grado y cómo ha repercutido ésta en el ámbito de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías, así como en las industrias culturales y en el sistema educativo.

El libro es fruto de los trabajos desarrollados por el grupo de investigación "Cultura y modelo nórdico para la Sociedad de la Información", un equipo de la Universidad Complutense de Madrid que analiza las características y principales aspectos del modelo de Sociedad de la Información que han venido desarrollando los países nórdicos. Este es uno de los tres modelos básicos que existen, en contraposición con los norteamericanos (Silicon Valley) y el asiático (Singapur). A través de las casi 300 páginas de esta publicación se profundiza en la revisión analítica de la ambigüedad del concepto Sociedad de la Información para poner de relieve algunos de los aspectos que definen el modelo de los países nórdicos orientado a la expansión del Estado de Bienestar.



Título: **Cómo informar sobre la violencia machista**

Autor: José María Calleja

Editorial: Cátedra

Páginas: 168

ISBN: 978-84-376-3511-8

“Más de ochocientas mujeres han sido asesinadas a manos de más de ochocientos hombres en los últimos diez años en España. Sin embargo, es difícil encontrar un titular como este en los medios de comunicación”. Así es como comienza el volumen del periodista José María Calleja cuyo objetivo principal es servir de manual profesional para la redacción de informaciones que tengan que ver con la violencia machista. Factores como el desconocimiento de las leyes, la falta de

perspectiva de género por parte de altos cargos, la publicidad sexista y estereotipada o el incorrecto uso del lenguaje, apuntan a la imperiosa necesidad de establecer una serie de preceptos o recomendaciones que consigan encauzar el tratamiento mediático del machismo en todas sus vertientes.

Los medios de comunicación no le otorgan la cobertura informativa adecuada y exhaustiva a este tipo de noticias. Este libro aporta las claves que hay que seguir a la hora de informar sobre violencia de género que serán de gran utilidad para periodistas especializados en este escenario. Tratar el problema de forma proporcionada a la gravedad que tiene, la pertinencia conceptual entre la elección de la expresión “ha muerto” y “ha sido asesinada”, el ejercicio de empatía con las víctimas frente a la culpabilidad o la necesidad de especializarse en violencia machista en las redacciones son algunos de los puntos clave a partir de los cuales se profundiza en este volumen.



Título: **Barcelona, ciutat simbòlica**

Autor: Miquel de Moragas

Editorial: Ajuntament de Barcelona. Direcció de serveis editorials

Páginas: 336

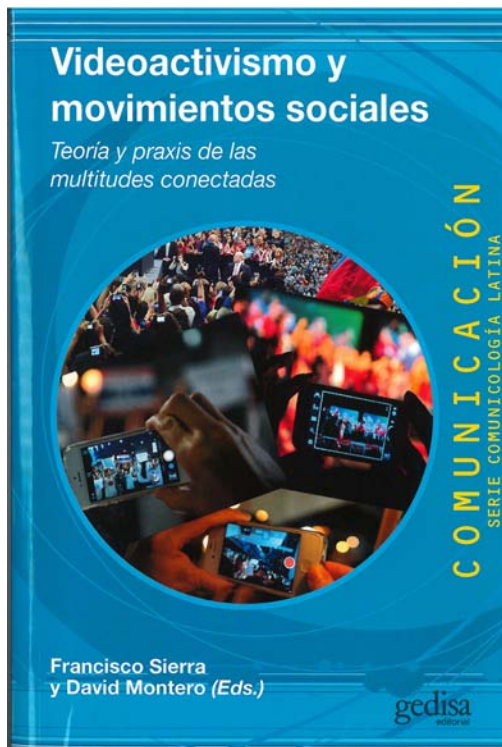
ISBN: 9788498508666

¿Imaginan poder interpretar una ciudad? Tendríamos que poseer la capacidad de interpretar no solo símbolos materiales, sino también psicológicos y mentales. Esta capacidad simbólica nos permite describir una experiencia por medio de la imaginación. Miquel de Moragas se aproxima en este

volumen al concepto de "ciudad simbólica" partiendo del caso de Barcelona. Es así como nos aporta las claves teóricas que permiten interpretar la ciudad simbólica y presenta- a su vez- un recorrido por la evolución del modelo urbanístico de la ciudad a través de los grandes eventos que han tenido lugar allí y que han permitido construir su identidad y su proyección internacional.

Barcelona es una fuente de imágenes comunicativas, desde los primeros iconos y las primeras postales hasta la reducción semántica de Barça, mar y Gaudí. Se trata de una urbe rica en creación de mensajes y discursos, de calidad urbana y de constante evolución y debate. Imágenes que se imponen frente a otras y símbolos de las personas que las viven.

La representación iconográfica y simbólica de las ciudades posee una capacidad comunicativa más efectiva que la derivada del planteamiento, por lo que elabora una construcción simbólica de una realidad urbana con fuerte persistencia en el imaginario cultural.



Título: **Videoactivismo y movimientos sociales. Teoría y praxis de las multitudes conectadas**

Autor: David Montero/ Francisco Sierra Caballero

Editorial: Gedisa

Páginas: 384

ISBN: 978-84-16572-24-3

El videoactivismo tomó impulso en el siglo XXI cuando los dispositivos móviles-smartphones, principalmente- a bajo precio, posibilitaron el crecimiento de este tipo de activismo. Las tendencias o cambios sociales que introduce la denominada "sociedad de la información" redefinen en la actualidad de forma determinante los procesos de desarrollo cultural en la construcción de la

ciudadanía y en la generación de espacios democráticos. Los movimientos sociales siguen en la actualidad explorando sus propias fórmulas expresivas, configurando creativamente su imagen y dando forma visual a sus mensajes. Pero el alcance potencial de estas prácticas es ahora mucho mayor gracias a la rápida distribución a través de plataformas de vídeo on-line gratuitas. Desde un posicionamiento crítico, este volumen se centra en el estudio de estas prácticas videoactivistas y de las formas en las que entroncan con dinámicas sociales transformadoras mucho más amplias en contextos que van desde el 15M en España al movimiento #Yosoy132 en México o a la Primavera Árabe. Su punto de partida se sitúa en la necesidad de empezar a construir el andamiaje teórico y el repertorio de casos de estudio que permita situar el videoactivismo como uno de los ejes que vertebran la acción social en la sociedad de las multitudes conectadas, en las que el relato audiovisual está comenzando a modificar de forma sensible los modos de interacción en la esfera pública.

La libertad de información en el siglo XXI

Gloria Gómez-Escalonilla (Ed.)



Biblioteca de Ciencias de la Comunicación

EDITORIAL
fragua

Título: **La libertad de información en el siglo XXI**

Autor: Gloria Gómez-Escalonilla

Editorial: Fragua

Páginas: 164

ISBN: 978-8470747175

La publicación de Gómez-Escalonilla recoge las intervenciones de un elenco de profesionales que participaron en una jornada sobre Derechos Humanos en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid en noviembre del 2015. La profesionalidad del periodismo, la necesidad de independencia, rigurosidad y honestidad, la tendencia a la espectacularización de la información, la precariedad laboral en la comunicación, la ley de

transparencia, la llamada "ley mordaza", los nuevos medios, el periodismo ciudadano, el acceso a las nuevas tecnologías y el big data, el acceso a la información privada o el derecho al honor o al olvido son algunos de los temas que se abordan en el libro. Desde el ámbito profesional se incluyen las visiones de Malén Aznárez, presidenta de Reporteros sin Fronteras; Cécile Thibaud, corresponsal de los periódicos franceses L'Express y SudOuest; Francisco de Andrés, de ABC; Alejandro Caballero, de TVE o Peio H. Riaño, de El Español, entre otros periodistas.

Carmen Marta-Lazo
Miguel Ángel Ortiz Sobrino
(editores)

La información en radio

Contexto, géneros, formatos y realización



EDITORIAL
fragua

Título: **La información en radio. Contexto, géneros, formatos y realización**

Autor: Carmen Marta-Lazo/Miguel Ángel Ortiz Sobrino

Editorial: Fragua

Páginas: 236

ISBN: 978-8470747212

La radio es un medio de información por excelencia. Su aprendizaje y el manejo de las herramientas necesarias para contar y construir relatos informativos en la radio es una ciencia que no todo el mundo conoce.

Los aspectos comunes y diferenciales en el modo de concebir e idear el relato radiofónico

son temas de investigación en los que se viene trabajando principalmente desde diferentes perspectivas.

Este manual de Información Radiofónica es un instrumento que se ofrece a los estudiantes de las Facultades de Comunicación con el objetivo de ayudarles a adquirir las rutinas de trabajo propias de los profesionales de la radio informativa. El libro ha surgido con la clara vocación de ser un manual de estudio que permita a los estudiantes conocer las características del medio radiofónico y dominar las técnicas de elaboración y producción de programas de información y entretenimiento en este medio de comunicación. Como pone de manifiesto en el enunciado del título, el libro abarca todos aquellos aspectos que se relacionan con la elaboración y puesta en antena de contenidos radiofónicos: desde el diseño de guiones, al formateo y realización de programas.