

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

vol. 11, núm. 22 (2024), raeic112212

ISSN 2341-2690

DOI: <https://doi.org/10.24137/raeic.11.22.12>



Novedades editoriales 22

Book reviews 22

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

Prieto-Arosa, Juanma

Universidade de Santiago de Compostela (USC)

juanma.prieto@usc.es

Forma de citar este artículo:

Forja-Pena, T., Gutiérrez-Caneda, B. & Prieto-Arosa, J. (2024). Novedades editoriales 22. *RAE-IC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 11(22), raeic112212.

<https://doi.org/10.24137/raeic.11.22.12>

El impacto de la desinformación en el ámbito local

José Rúas Araújo
Laura Alonso Muñoz
Francisco Javier Paniagua Rojano
{Editores}



Título: ***El impacto de la desinformación en el ámbito local***

Autoría: José Rúas Araújo, Laura Alonso Muñoz y Francisco Javier Paniagua Rojano

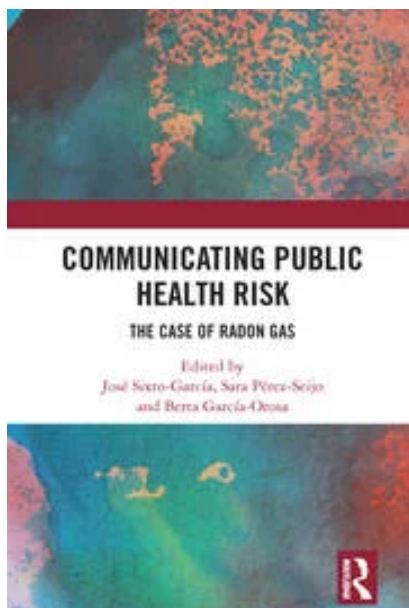
Editorial: Fragua

Páginas: 158

ISBN: 978-84-127325-3-5

Este libro trata la desinformación desde un punto de vista transversal y, particularmente, cómo este fenómeno afecta al entorno regional y local. La obra cuenta con la participación de autores de distintas universidades nacionales e internacionales que a través de ocho capítulos abordan la desinformación desde tres grandes prismas. El primero analiza la importancia de la independencia de los medios de comunicación públicos y la relevancia de este factor a la hora de luchar contra la desinformación. El segundo examina el origen de la desinformación, señalando quién y cómo se crea enfocándose sobre todo en el ámbito español y abordando también periodos destacables como los electorales. El tercero mira al futuro, señalando los retos y oportunidades que supone la desinformación en el ámbito mediático local y en cómo estos medios hacen frente a la problemática a través, por ejemplo, de los procesos de verificación.

En definitiva, la obra ofrece una visión integral y profunda de un fenómeno complejo que forma parte del contexto actual. A través de los distintos enfoques y perspectivas, invita a reflexionar sobre el papel fundamental de los medios y la sociedad en la lucha contra la desinformación.



Título: ***Communicating Public Health Risk: The Case of Radon Gas***

Edición: José Sixto-García, Sara Pérez-Seijo y Berta García-Orosa

Editorial: Routledge

Páginas: 135

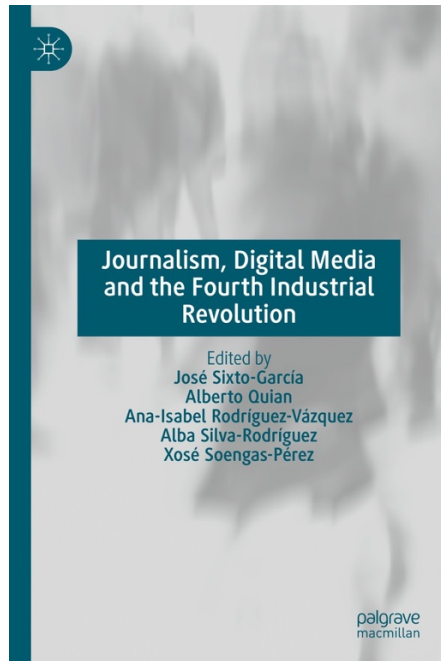
ISBN: 978-1-032-61811-1

El gas radón es el protagonista de este libro que ha reunido a expertos de áreas tan distintas como el periodismo y la medicina. Con la premisa de comunicar el riesgo para la salud pública, la obra aborda de manera integral la construcción del riesgo asociado al gas radón.

La obra se estructura en tres grandes apartados a lo largo de sus diez capítulos. En el primero, aborda el radón como un problema de salud pública, exponiendo los riesgos que este gas supone para la salud de las personas. El segundo apartado se centra en la comunicación de la salud pública, permitiendo a los lectores explorar el tema desde la perspectiva de los medios nativos digitales, las oportunidades de visualización de la información en la comunicación de riesgos o la comunicación y la sensibilización en entornos digitales y virtuales. Finalmente, el tercer apartado se enfoca en la percepción pública del riesgo, profundizando en cómo los medios de comunicación, tanto locales como nacionales o internacionales, construyen y transmiten el riesgo a la ciudadanía.

En conclusión, este libro ofrece un enfoque multidisciplinar y exhaustivo sobre la comunicación del riesgo en el ámbito de la salud pública y más particularmente sobre el gas radón. La obra puede ser de gran ayuda para aquellos que busquen entender

cómo se articulan los discursos en torno a la comunicación de riesgo y cómo estos impactan en la ciudadanía.



Título: **Journalism, Digital Media and the Fourth Industrial Revolution**

Edición: José Sixto-García, Alberto Quian, Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez, Xosé Soengas-Pérez

Editorial: Palgrave Macmillan

Páginas: 269

ISBN: 978-3-031-63152-8

José Sixto-García, Alberto Quian, Ana-Isabel Rodríguez-Vázquez, Alba Silva-Rodríguez y Xosé Soengas-Pérez editan este libro que analiza el impacto de la Cuarta Revolución Industrial en el periodismo, abordando cómo las tecnologías emergentes están transformando las prácticas periodísticas y los medios digitales. Este contexto impulsa al periodismo a incorporar sistemas inteligentes y nuevas formas narrativas, como el periodismo inmersivo y multimedia, además de desarrollar estrategias innovadoras para interactuar con las audiencias. En este contexto, emergen y se consolidan enfoques como el metaverso, los contenidos automatizados y el periodismo de datos.

El libro se estructura en tres partes: la primera parte se centra en el surgimiento de la red y su impacto en los medios digitales; la segunda explora la necesidad de que el sector mediático continúe innovando para satisfacer las demandas de las audiencias; y la tercera describe el nuevo ecosistema comunicativo, los actores implicados y las

aptitudes que deben adquirir los profesionales de la comunicación para esta nueva forma de trabajar. La obra reúne a una treintena de autores de diversas universidades internacionales y cuenta con un prólogo de Bonnie Brennen, profesora emérita de la Marquette University de Wisconsin (Estados Unidos) y editora jefe de la revista *Journalism Practices*.

Este libro ofrece un análisis profundo y actualizado sobre los desafíos y oportunidades que trae consigo la Cuarta Revolución Industrial para el periodismo. A través de sus páginas, la obra invita a reflexionar sobre cómo las tecnologías emergentes están redefiniendo tanto las prácticas periodísticas como la relación entre los medios y las audiencias.



Título: ***News in the Hybrid Media System***

Edición: Simón Peña-Fernández, Koldobika Meso-Ayerdi

Editorial: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)

Páginas: 194

ISBN: 978-84-1319-561-2

La llegada de internet a finales del siglo XX, así como posteriores innovaciones tecnológicas han transformado por completo el ecosistema mediático. 'News in the Hybrid Media Ecosystem' busca explicar los cambios ocurridos durante la última década, un periodo en el que aparece un sistema mediático híbrido en el que diferentes actores compiten y colaboran contribuyendo a un complejo mosaico de contenidos.

Este monográfico se organiza en cuatro secciones que abordan temas diversos pero interconectados. La primera parte analiza la evolución del concepto de noticias y los cambios en la industria de los medios de comunicación, además de tratar problemáticas como la brecha digital y las desigualdades en el acceso a la información. La segunda sección se centra en los nuevos formatos y plataformas para la distribución de contenidos informativos. La tercera examina las disfunciones del ecosistema informativo, provocadas por la proliferación de actores y la difusión masiva de contenidos, así como las estrategias empleadas por los medios y periodistas para enfrentar estos desafíos. Finalmente, la última sección destaca los efectos sobre la sociedad, resaltando el papel crucial de la información en la construcción de las democracias y cómo esta puede influir o degradar el diálogo en la esfera pública digital.

En conclusión, este libro ofrece un análisis integral de las transformaciones en el ecosistema informativo, destacando tanto los avances como los desafíos que enfrentan los medios de comunicación. Desde la evolución del concepto de noticias y el impacto de la brecha digital, hasta los nuevos formatos y la proliferación de actores en el espacio informativo, se abordan los efectos que estos cambios generan sobre la sociedad. Asimismo, se subraya el rol fundamental de la información en la construcción de democracias y la influencia que ejerce en el diálogo dentro de la esfera pública digital.

COMUNICACIÓN

Mujeres furiosas

El monstruo femenino
en el audiovisual de terror

ITXASO DEL CASTILLO AIRA



Título: ***Mujeres furiosas. El Monstruo femenino en el audiovisual de terror***

Autoría: Itxaso del Castillo Aira

Editorial: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU)

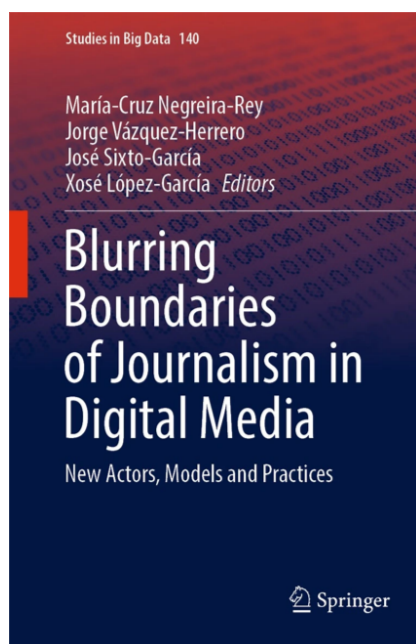
Páginas: 274

ISBN: 978-84-9082-603-4

Mujeres furiosas. El monstruo femenino en el audiovisual del terror narra la evolución de la mujer como villana en las películas de terror. La mujer ha aparecido históricamente en este género como una víctima, no como villano ni como héroe. Después de que los personajes femeninos empiecen a aparecer como heroínas, a partir del año 2010 especialmente, se adentran también en el universo de los monstruos.

Itxaso del Castillo Aira revisa el papel de la mujer en la filmografía de terror a través de los años, centrándose especialmente en esa mujer-monstruo que empieza a aparecer con fuerza en los últimos años. El núcleo de esta obra se divide en tres capítulos diferenciados que versan sobre diferentes tipologías de mujeres-monstruo: mujeres no-humanas (mujer-animal y mujer-máquina), mujeres no-muertas (vampiras y zombis) y, por último, brujas y madres monstruosas. La autora analiza filmografía reciente para ejemplificar y conceptualizar estas diferentes tipologías, entre la que encontramos largometrajes como *Ginger Snaps* (J. Fawcett, 2000), la historia de una mujer-lobo, o *Crudo* (J. Ducournau, 2016), en el que la protagonista se ve abocada al canibalismo.

Este libro se enmarca en un contexto de devaluación del cuerpo, un contexto actual en el que el cuerpo se considera imperfecto, incierto y obsoleto, algo que debe ser controlado. Las monstruas viven una tensión entre cuerpo, poder y feminidad, un poder que parte de la violencia. Del Castillo Aira aborda así el análisis de la representación del monstruo femenino postulando que el modelo actual no refleja los miedos de los hombres sobre las mujeres, sino que, directoras y/o guionistas plasman en sus personajes miedos, angustias y deseos que representan la subjetividad femenina.



Título: ***Blurring oundaries of Journalism in Digital Media. New Actors, Models and Practices***

Edición: María-Cruz Negreira-Rey, Jorge Vázquez-Herrero, José Sixto-García, Xosé López-García

Editorial: Springer

Páginas: 288

ISBN: 978-3-031-43925-4

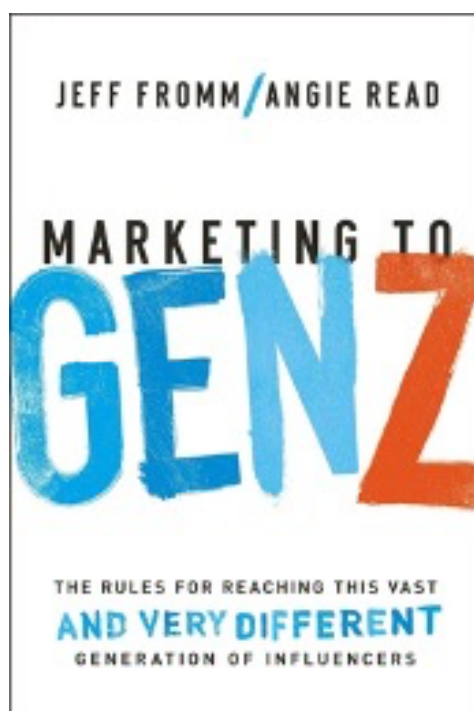
Blurring Boundaries of Journalism in Digital Media reúne una serie de capítulos escritos por destacados investigadores en el campo del periodismo digital. Editado con el objetivo de explorar los cambios fundamentales que han transformado la

práctica periodística, la obra ofrece una mirada crítica y multidimensional sobre las tensiones, adaptaciones y desafíos que enfrenta el periodismo en la era digital. La obra se estructura en seis secciones temáticas que abarcan desde los principios tradicionales del periodismo hasta las interacciones con nuevas tecnologías como la inteligencia artificial.

En la primera sección, "Principles of Journalism Under Discussion", los autores revisan cómo los valores y normas que han guiado el periodismo durante décadas están siendo reexaminados y desafiados en el entorno digital. Este apartado abre un espacio para cuestionar la ética, la objetividad y el rol del periodista como guardián de la información en una era donde los contenidos se multiplican y las fuentes se diversifican. La segunda sección, "Strategies for Sustainability in the Digital Environment", aborda uno de los problemas más acuciantes para la industria periodística: cómo hacer sostenible el periodismo en el entorno digital y tratando también el tema del periodismo hiperlocal, exponiendo casos concretos de Holanda, España y Finlandia

La tercera sección, "Tensions between Old and New Actors in Journalism", ofrece un análisis sobre las dinámicas de poder entre los actores tradicionales del periodismo y los nuevos jugadores que han emergido con la democratización de la tecnología. La cuarta sección, "Evolving Formats and Narratives in Digital Journalism", presenta cómo los formatos y narrativas periodísticas están cambiando para adaptarse a las audiencias digitales. La quinta sección, "Adaptation to Mobile and Social Platforms for News Use", profundiza en cómo los medios y los periodistas se están adaptando al consumo de noticias en dispositivos móviles y redes sociales. Finalmente, en "Tackling the Challenge of Artificial Intelligence in Journalism", los autores examinan cómo la inteligencia artificial está transformando no solo la producción de noticias, sino también su distribución, personalización y análisis. Este último apartado ofrece un panorama de las oportunidades y riesgos que la automatización y el uso de algoritmos plantean para el futuro del periodismo.

Esta obra resulta especialmente interesante por su enfoque holístico, abordando un gran número de temas y proporcionando así al lector una comprensión integral de las fuerzas que moldean el periodismo en la era digital. La diversidad de autores y enfoques asegura que se presenten múltiples perspectivas sobre temas clave como la sostenibilidad económica, la evolución de los formatos periodísticos y el impacto de la inteligencia artificial. Las seis secciones en las que se divide este libro proporcionan una hoja de ruta para navegar por un entorno mediático en rápida transformación, ofreciendo tanto a investigadores como a profesionales del periodismo una valiosa fuente de reflexión y análisis.



Título: ***Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast and Very Different Generation of Influencers***

Edición: Jeff Fromm, Angie Read

Editorial: AMACOM

Páginas: 224

ISBN: 978-081-4439-27-2

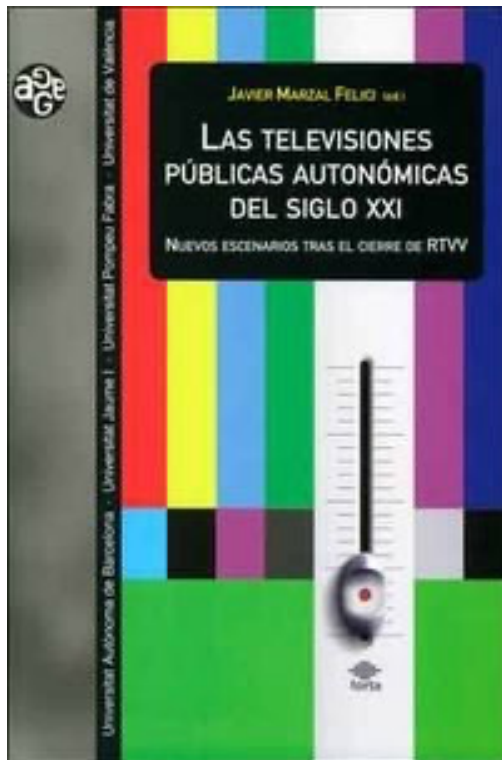
Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast and Very Different Generation of Influencers de Tomos Evans y Jeff Fromm es un libro que habla sobre cómo las marcas pueden conectarse con la Generación Z. Esta generación nacida entre 1995 y 2010 ha crecido en un entorno digital que ha influido profundamente en su manera

de consumir y relacionarse con las marcas en su vida diaria y este libro demuestra cómo crear nuevos tipos de relaciones con ellos.

El libro ofrece un análisis sobre lo que hace única a la Generación Z, desde su apego a la autenticidad hasta su preferencia por marcas que compartan sus valores. Los autores exploran cómo esta generación utiliza plataformas digitales como TikTok e Instagram y cómo los pequeños influencers buscan un grado de confianza con esta audiencia para terminar de cautivarla, adentrándose en la importancia de crear contenido creativo, auténtico y diverso.

Los autores centran los capítulos de este libro en la experiencia de los consumidores jóvenes. Subrayan que, más allá de los productos, la Generación Z valora las experiencias, lo que obliga a las marcas a ofrecer mucho más que una simple transacción comercial. Es necesario crear una historia que les genere un interés y un valor añadido.

‘Marketing to Gen Z’ se convierte en un libro de gran valor para quienes buscan entender y conectar con esta generación. Las recomendaciones prácticas y los ejemplos concretos hacen de este libro una lectura imprescindible para los profesionales del marketing que desean mantenerse relevantes en un mercado digital en constante evolución.



Título: ***Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV***

Edición: Javier Marzal Felici

Editorial: Universitat de València

Páginas: 308

ISBN: 978-843-7096-50-6

Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI: Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV es una obra que ofrece un análisis exhaustivo de la situación y los desafíos de las televisiones públicas autonómicas en España, a partir del cierre de Radiotelevisión Valenciana (RTVV) en 2013. El libro explora cómo estas cadenas han tenido que adaptarse a una era marcada por la crisis económica, la digitalización y los profundos cambios en el consumo de medios.

El texto se divide en secciones que abordan temas destacados como la historia de las televisiones autonómicas, el impacto del cierre de la cadena y los retos económicos que enfrentan estos medios de ámbito más local. El punto clave diferencial de este libro es su enfoque en la adaptación digital, destacando cómo estas cadenas están navegando la transición hacia nuevas formas de consumo de contenido, como el streaming y las plataformas bajo demanda.

La obra concluye con una reflexión del autor sobre el futuro de estas cadenas, sugiriendo que la innovación tecnológica y la independencia editorial serán fundamentales para su supervivencia, mientras se ensalza la importancia del

concepto de servicio público de las televisiones estatales públicas en la sociedad actual.