

Revista de libros

BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, M. (EDS.)
A field guide to "Fake News" and other information disorders. A collection of recipes for those who love to cook with digital methods
 Amsterdam: Public Data Lab, First Draft, 2017, 216 páginas.



Public Data Lab y First Draft han publicado una guía que explora el uso de métodos digitales para estudiar las noticias falsas y otros problemas informativos provocados por el nuevo ecosistema sociotecnológico.

La publicación es de carácter práctico y tiene un formato dinámico y visual que hace un uso extenso de iconos e infografías. Paso a paso

da a los lectores "recetas" para resolver problemas concretos mediante el uso de herramientas específicas y el seguimiento de procedimientos detallados. Se trata con especial atención el caso de la red social Facebook.

La guía se estructura en cinco capítulos temáticos. Cada capítulo cuenta con una breve introducción y luego se organiza en forma de respuestas a una serie de preguntas clave propuestas. Los capítulos se dedican a los siguientes temas: la identificación de los detonantes que provocan la aparición y la distribución de las fake news en Facebook; el análisis de las dinámicas de circulación de estas noticias en la web; el uso de programas de búsqueda y seguimiento (tracker signatures) para conocer las estructuras técnicas y comerciales que ofrecen apoyo a los sitios de noticias falsas; el estudio de los contenidos generados y distribuidos por los memes políticos, así como los espacios que ocupan en Facebook; y, por último, la detección de las prácticas características de los trols en la red Twitter.

Algunas de las respuestas al problema de la desinformación en la red que se dibujan a lo largo del libro son: el fortalecimiento de la educación mediática, el impulso de iniciativas y proyectos educacionales y de verificación de hechos, o el desarrollo de nuevas leyes, políticas y sanciones para las empresas que no cumplan sus obligaciones. Por último, se presentan un apartado de conclusiones generales y un glosario de los principales términos utilizados.

Disponible en: <<http://fakenews.publicdatalab.org>>.

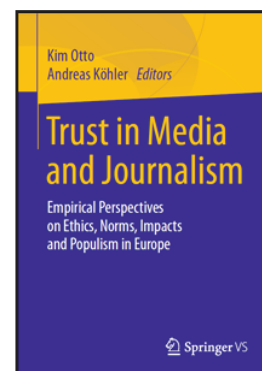
OTTO, K. | KÖHLER, A. (EDS.)
Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe.
 Wiesbaden [Alemania]: Springer VS, 2018, 179 páginas.
 ISBN: 978-3-658-20764-9.

Trust in Media and Journalism presenta una perspectiva general sobre la investigación empírica en torno a las causas, consecuencias y factores determinantes de la desconfianza en los medios de comunicación y el periodismo.

El volumen, editado por Kim Otto y Andreas Köhler, recoge las nuevas perspectivas, aproximaciones metodológicas

y resultados actualizados que emergen del trabajo de investigadores en comunicación y de diferentes conferencias internacionales. Además, aborda cuatro factores que afectan al grado de confianza del público: la confianza en el mensaje, en la fuente y en el medio y también la disposición general del público a la confianza.

El cuerpo de la publicación está formado por tres partes: La *Part I* trata el problema de la desconfianza desde una perspectiva ética y normativa. Plantea cuestiones como qué se entiende por confianza en los medios de comunicación, qué normas deben regir la verificación de los contenidos de noticias o la aplicación de normas periodísticas en los tuits (tweets) como mensajes informativos. La *Part II* estudia el impacto de la crisis económica europea, el uso que se hace de los medios y las dinámicas habituales de escepticismo y credibilidad de las personas en los niveles generales de desconfianza en los medios. Por último, la *Part III* aborda el tema del populismo y se pregunta cómo responde el periodismo a las críticas provenientes del populismo europeo de derechas o a las acusaciones de sesgo y mentira en las noticias.

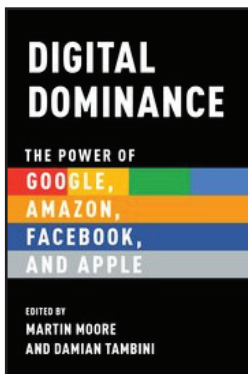


MOORE, M.; TAMBINI, D.

Digital Dominance. The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple.

Nueva York: Oxford University Press, 2018, 423 p.

ISBN: 9780190845124.



El libro de Martin Moore y Damian Tambini contribuye al debate en torno a la regulación de internet y las nuevas grandes multinacionales que dominan el negocio digital.

Digital Dominance discute la necesidad de desarrollar nuevas herramientas legales y conceptuales para hacer frente a los efectos de las diversas manifestaciones de poder de estas firmas tecnológicas, así

como al monopolio sin precedentes que ejercen sobre los datos personales y la configuración de los flujos de información y de opinión pública.

El volumen se estructura en tres grandes secciones que abordan, separadamente, el impacto económico, el impacto político y el impacto social de la acumulación de poder de Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft, también conocidas por su acrónimo, GAFAM. Además del epígrafe introductorio escrito por los autores, las tres secciones contienen un total de quince capítulos, que recogen las aportaciones de algunos de los investigadores más influyentes a nivel mundial dentro de las diversas disciplinas, que comprenden los estudios críticos sobre tecnología y sociedad.

Entre otros temas, se tratan el auge de la desinformación, la manipulación mediática, la pérdida de credibilidad de la información o las nuevas concepciones de la diversidad mediática. También se tratan problemas derivados de esta realidad, como los relativos a la libertad de expresión o de elección.

Vista previa disponible en: <https://www.amazon.co.uk/Digital-Dominance-Google-Amazon-Facebook/dp/0190845112>.

UMOJA NOBLE, S.

Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism.

Nueva York: New York University Press, 2018, 256 p.

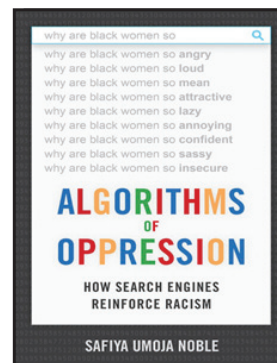
ISBN: 9781479837243.

Algorithms of Oppression

presenta un análisis crítico sobre el papel que juegan los motores de búsqueda (como Google) y los algoritmos en la legitimación de la dominación social. Debido al tratamiento desigual que dan a la información sobre las personas en función de su etnia, género o color de piel, y dado su poder para formar ideas e identidades en el

imaginario social, los algoritmos, afirma la autora, refuerzan relaciones sociales opresivas, enmascaran y agudizan las desigualdades sociales. Safiya Umoja denomina al conjunto de estas prácticas “discriminación tecnológica”.

El volumen se divide en seis capítulos en los que se analizan cuestiones relacionadas con las dinámicas de organización de la información de los motores de búsqueda o con los mecanismos posibles de protección frente a los problemas de discriminación. Se tratan con especial atención los casos de reforzamiento de los estereotipos sobre las mujeres negras, así como de las comunidades y de los grupos sociales minoritarios. Mediante un análisis de contenido web y de las dinámicas mediáticas y de publicidad digital de pago, el libro investiga cómo se forma y se propaga el racismo en la red y presenta una crítica a la supuesta “neutralidad” de los procesos computacionales y algorítmicos vinculados al fenómeno de los datos masivos. La autora recalca la necesidad de entender el componente humano de los algoritmos y, por lo tanto, de la discriminación algorítmica, dado que son las personas quienes crean sus modelos matemáticos. Por último, y partiendo de la exigencia de cumplimiento de los derechos humanos en el siglo XXI, la autora dibuja el camino hacia un futuro algorítmico ético desde una perspectiva de género.



SAMPEDRO BLANCO, V.
Dietética Digital. Para adelgazar al Gran Hermano.
 Barcelona: Icaria Editorial, 2018, 264 páginas.
 ISBN: 978-84-9888-812-6.



El nuevo libro de Víctor Sampedro tiene el objetivo práctico de servir como un manual de autodefensa y autoayuda para hacer frente a la sobreabundancia y la saturación de información a la que nos expone el nuevo entorno digital. Es, por lo tanto, un libro que anima a sus lectores a adoptar actitudes críticas y poner en práctica estrategias personales y colectivas para

gestionar la tecnología digital con más autonomía y usarla en favor del bien propio y el bien común.

El libro se estructura en siete capítulos (o “menús”) que analizan los nuevos problemas derivados del mundo digital y de la industria tecnológica y publicitaria. Además, como complemento de las reflexiones más teóricas, se proponen otros libros, películas, teleseries, libros y una obra de teatro que sirven como elementos inspiradores y ejemplificadores de los conceptos e ideas trabajadas en el libro. Algunas de estas obras son ampliamente conocidas, como es el caso del documental *Super Size Me*, en torno a la que Sampedro construye una analogía que ayuda a comprender la toxicidad de las televisiones y las redes utilizadas sin control, o episodios de la serie *Black Mirror*, que ayudan a acercar a los lectores a las incoherencias y absurdos de ciertos aspectos del desarrollo tecnológico actual y el uso que hacen las personas.

Pero, más allá del libro, *Dietética digital* es un proyecto más completo, que busca contribuir a dar voz crítica a los ciudadanos ante la revolución tecnológica digital. En el sitio web del proyecto se recogen más iniciativas desarrolladas en torno al libro, como una sección de recursos, un apartado de manual de prácticas y materiales didácticos de otras iniciativas -un grupo de trabajo interdisciplinario está elaborando iniciativas propias, a partir de talleres e interacciones con los lectores del libro-. También se ha abierto un blog en el marco del diario *Público* para debatir contenidos de la sección *Dietética digital “libre”* del sitio web del proyecto.

Web del proyecto disponible en: [<http://dieteticadigital.net/>](http://dieteticadigital.net/).

COMISIÓN EUROPEA

A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.

Luxemburg: Publications Office of the European Union, 2018, 42 páginas. ISBN 978-92-79-80420-5.

En enero de 2018, la Comisión Europea puso en marcha un grupo de expertos especializado en noticias falsas y desinformación en la red (el HLEG) con el objetivo de asesorar a la Comisión sobre iniciativas políticas para contrarrestar la difusión de todas las formas de información falsa, inexacta o engañosa, diseñada, presentada y promocionada con la intención de provocar daños

públicos u obtener beneficios. El principal trabajo del HLEG fue el informe *A multi-dimensional approach to disinformation*, en el que se analizan las mejores prácticas a la luz de los principios fundamentales y también las respuestas adecuadas derivadas de dichos principios.

El HLEG alerta a la Comisión contra las respuestas simplistas y recomienda una aproximación multidimensional, que se concreta en una serie de propuestas a corto plazo a los problemas más urgentes, desde el ámbito de la autorregulación, y otras a largo plazo para aumentar la capacidad de resistencia social a la desinformación, así como elaborar un marco para garantizar que la eficacia de estas respuestas se evalúa continuamente, mientras se desarrollan nuevas respuestas basadas en la evidencia. Estas medidas se adecuan a los principios fundamentales de libertad de expresión, libertad de prensa y pluralismo, y quieren: mejorar la transparencia de las noticias en línea de una manera compatible con la privacidad de datos; promover la educación mediática y la comunicación para combatir la desinformación y ayudar a los usuarios a navegar por el medio digital; desarrollar herramientas para capacitar a los usuarios y los periodistas para hacer frente a la desinformación y fomentar un compromiso positivo con las tecnologías de la información, en rápida evolución; salvaguardar la diversidad y la sostenibilidad del ecosistema de medios de comunicación europeos, y promover la investigación continua sobre el impacto de la desinformación en Europa para evaluar las medidas adoptadas y ajustar constantemente las respuestas necesarias.



Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

MALLO MONTOTO, D.

La difusión en Internet de contenidos sujetos al derecho de autor.

Madrid: Reus Editorial, Fundación AISGE, 2018, 405 páginas.
ISBN: 978-84-290-2025-0.



La difusión en Internet de contenidos sujetos al derecho de autor surge de la tesis del abogado y doctor en Derecho David Mallo Montoto y se inscribe en la Colección de Propiedad Intelectual de la Editorial Reus. La monografía estudia la evolución del derecho de autor en el nuevo escenario sociotecnológico, marcado por los cambios que supone la irrupción de internet. El poten-

cial nuevo mercado global y la difusión de obras sujetas a los derechos de autor a través de la red y en diferentes formatos digitales obligan a cambiar el modelo clásico del derecho de autor, marcado por la reproducción tradicional de las obras en soportes analógicos. La obra hace una revisión de la producción académica y la jurisprudencia nacional, comunitaria e internacional en relación con esta temática, con especial atención a las resoluciones del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Además del prólogo, escrito por el doctor Luis Antonio Anguita, la monografía se estructura en tres grandes capítulos. Partiendo de un análisis de los antecedentes del derecho de propiedad intelectual, el primer capítulo ofrece a quien lo lee un análisis histórico de los derechos de autor y el copyright, que recoge la situación de este derecho en la época contemporánea y contextualiza la actual revolución digital. El segundo capítulo estudia el derecho de autor en internet. El capítulo trata asuntos generales relativos al derecho, como el sentido y la terminología del término, y define asuntos relativos al autor o autora, a la obra en cuestión. Más adelante aborda la teoría del derecho de autor, los derechos morales del derecho de autor y los derechos exclusivos del contenido patrimonial (reproducción, distribución, comunicación pública, puesta a disposición interactiva y derecho de transformación de las obras). También habla sobre otros aspectos del derecho de autor, como los límites a los derechos patrimoniales en el ámbito digital o los Creative Commons, y sobre los derechos de explotación en los programas de ordenador. El último capítulo se centra en la divulgación de la obra en la red para su distribución, ya sea en formato físico o digital. El autor dedica el tercer apartado de este capítulo a hablar de diferentes métodos de explotación digital de las obras, como el *uploading*, el *downloading*, el *streaming*, el *browsing* y el *cloud computing*. Para cerrar el libro, el tercer capítulo concluye con un estudio de las medidas tecnológicas de protección y la información para la gestión de derechos de propiedad intelectual.

CADENA SER

En Antena. Libro de estilo del periodismo oral.

Barcelona: Taurus, 2017, 394 páginas.
ISBN: 978-84-306-1904-7.



El libro de estilo de la Cadena SER se divide en dos partes bien diferenciadas, que consisten en un manual y un diccionario. El manual se estructura en seis puntos. El primero describe principios generales aplicables a todas las emisoras de Prisa Radio españolas y americanas, como elementos unificadores de los comportamientos deontológicos y profesionales de sus periodistas. El segundo apartado se

dedica a las normas generales de grabación, locución y emisión, donde se recogen directrices sobre el lenguaje radiofónico, los efectos sonoros, la narración, el ritmo o la actitud del locutor o locutora. El tercero se encarga de las cuestiones relativas a la redacción y edición de noticias en internet. El cuarto se concentra en la parte del lenguaje y aborda el vocabulario, el lenguaje técnico-científico o común o aspectos formales de ortografía y gramática. El quinto trata sobre los diferentes géneros radiofónicos y, por último, el sexto, sobre los formatos de los programas emitidos.

Por otro lado, la segunda parte del libro incluye, además del diccionario de términos por orden alfabético, una serie de criterios generales en relación con el estilo utilizado: tecnicismos, topónimos, uso de la cursiva, etc. A continuación, muestra algunos errores que se producen muy frecuentemente en los medios de comunicación y que deben corregirse.

Además, el libro contiene un apartado de presentación, a cargo de Antonio Hernández-Rodicio, un prólogo, escrito por Vicente Jiménez Navas, un preámbulo, de Augusto Delkáder, y una introducción, de Álex Grijelmo. Al final del libro se incluyen tres apartados anexos, que presentan una recopilación de las opiniones de conocidos comunicadores de la Cadena SER, una guía de pronunciación de nombres en otros idiomas y un capítulo dedicado al uso de cuentas corporativas en redes sociales.