

Revista de libros

BERNAL TRIVIÑO, A.

Hacia una comunicación feminista. Cómo informar e informarse sobre violencia machista

Barcelona: Editorial UOC, 2019, 206 páginas
ISBN: 9788491804871



Hacia una comunicación feminista presenta una reflexión sobre el papel de los medios de comunicación en la promoción de los derechos de las mujeres y, más especialmente en la cobertura informativa de los casos de violencia machista. Ana Bernal-Triviño busca sensibilizar al público sobre los procesos que sufren las mujeres víctimas de violencia machista y contribuir a minimizar la

difusión mediática de los discursos machistas e irrespetuosos con estas situaciones.

La publicación se estructura en cuatro grandes capítulos, precedidos de una introducción, un prólogo de Ana de Miguel y un prefacio de Ana Pardo de Vera, y seguidos de un epílogo de la mano de Pastora Martínez Samper. El capítulo 1 conceptualiza qué entiende la autora por una comunicación en perspectiva feminista y analiza la posición de los medios de comunicación ante los discursos y las violencias machistas. También introduce el caso del 8 de marzo de 2018 y el rol de las redes sociales en el movimiento feminista. El capítulo 2 trata la cobertura mediática de las violencias machistas desde su contexto, con referencias al patriarcado como estructura social, las leyes y convenios internacionales en la materia. Este capítulo remarca la necesidad de explicar las noticias de manera responsable, contextualizada y especialmente cuidadosa con la selección de conceptos. El tercer capítulo pone el acento en explicar las relaciones, reacciones y consecuencias del maltrato y la violencia de género. Por último, el capítulo 4, recoge, de forma más específica, una serie de claves para periodistas y medios de comunicación a la hora de informar sobre la violencia machista. La selección de las fuentes, la victimización del agresor, la responsabilización de los sucesos sobre la víctima, la frivolidad y el sensacionalismo son algunos de los aspectos tratados. Por último, la autora aporta un decálogo de la información contra la violencia machista.

TRAPPEL, J. (ED.)

Digital media inequalities. Policies against divides, distrust and discrimination

Gotemburgo: Nordicom, 2019, 290 páginas
ISBN (print): 978-91-88855-10-7
ISBN (pdf): 978-91-88855-11-4



Este libro, editado por Josef Trappel, recoge las investigaciones hechas por The Euromedia Research Group en relación con las desigualdades de clase, de género, de salud y de educación ligadas a los medios de comunicación europeos. Los 16 artículos/capítulos que forman el libro analizan estas cuestiones en un contexto de incorporación de medios digitales, redes sociales, algoritmos y, en general, nuevas tecnologías de procesamiento de datos masivos.

El primer artículo lo firma Josef Trappel e introduce el tema, haciendo hincapié en las novedades que presenta el nuevo ecosistema digital de medios. Denis McQuail identifica, en el segundo capítulo, una corriente de desigualdades en el ámbito de la comunicación pública relacionadas con el imperialismo cultural, las desigualdades étnicas, el género y los niveles de conocimiento en la sociedad. Hannu Nieminen propone en el tercer texto una reforma radical de las políticas europeas para que contribuyan al cumplimiento de los derechos a la información y a la comunicación. El trabajo de Jeremy Tunstall analiza cómo los cambios en el entretenimiento producidos durante los últimos años y que están relacionados, entre otros, con la incorporación de los sistemas de suscripción a las plataformas de vídeo bajo demanda, afectan a las economías de escala y generan nuevas desigualdades económicas entre las audiencias a nivel internacional. Stylianos Papathanassopoulos y Ralph Negrine estudian las desigualdades digitales provocadas por las nuevas estrategias de comunicación política y el incremento del populismo. Barbara Thomass analiza las relaciones entre las desigualdades y crisis económicas, la valoración ciudadana de la Unión Europea y la recepción de las noticias emitidas por los medios de comunicación. El artículo de Péter Bajomi-Lázár argumenta que el incumplimiento del modelo de autorregulación por parte de los medios de comunicación de países del Centro de Europa y de Europa del Este, vinculado a la lucha contra las desigualdades, se debe de a una carencia de circunstancias necesarias como, por ejemplo, la libertad de prensa, la seguridad en el trabaj, o unas condiciones laborales aceptables. Judit Bayer

analiza aspectos jurídicos asociados con el logro de la igualdad en la publicación y el acceso a la información en los medios de comunicación. En el capítulo 9, a cargo de Leen de Haenens, Willem Joris y Quint Kik, se examinan los cambios recientes en la información nacional y local en Europa, y se investigan las circunstancias en las que estos medios contribuye a incrementar y/o reducir desigualdades entre territorios. Claudia Padovani, Karin Raeymaeckers y Sara De Vuyst trazan un mapa de las iniciativas internacionales dedicadas a incorporar la perspectiva de género en los medios de comunicación y analizan el potencial de cambio social que se puede derivar de las actuaciones de los medios de comunicación con perspectiva de género y de los mecanismos reguladores. Jeanette Steemers analiza las desigualdades en el acceso a contenidos audiovisuales infantiles nacionales e internacionales. El artículo 12, de Elena Vartanova y Anna Gladkova, trata las desigualdades relacionadas con la brecha digital que emergen a consecuencia del incremento de los medios digitales en todo el mundo. Tristan Mattelart, Stylianos Papathanassopoulos y Josef Trappel afirman que la distribución de recursos económicos para la producción de noticias es asimétrica entre los países centrales y periféricos de la Unión Europea y analizan cómo las tecnologías digitales han incrementado diferentes desigualdades sociales existentes en el consumo de noticias de estos países. El capítulo 14, firmado por Hallvard Moe, analiza las diferencias entre los patrones de consumo de los medios de comunicación y la voluntad de pagar para informarse en tres países nórdicos: Finlandia, Dinamarca y Noruega. Aukse Balčytienė y Kristina Juraitė examinan la relación de causalidad entre la representación desigual de los sistemas políticos europeos en los medios de comunicación y la desigual capacidad de actuación de los receptores de la información producida por los mismos. Finalmente, Wener A. Meier estudia los riesgos provocados por el “capitalismo de la vigilancia” y las dificultades de los estados europeos para formular nuevas políticas contra el poder de las corporaciones transnacionales y fortalecer las existentes.

Disponible en: <https://www.nordicom.gu.se/sv/system/tdf/publikationer-hela-pdf/digital_media_inequalities_0.pdf?file=1&type=nodo&id=40258&fuerzo=0>

PRESS, J.

Dueñas del show. Las mujeres que están revolucionando las series de televisión

Barcelona: Alpha Decay, 2018, 368 páginas

ISBN: 978-84-948210-6-6

Joy Press publicó en 2018 *Dueñas del show. Las mujeres que están revolucionando las series de televisión*, un libro que repasa la transformación de una de las principales áreas de la industria del entretenimiento desde medios del siglo XX hasta hoy día: las series de televisión.

El libro se divide en nueve capítulos, cada uno de los cuales aborda la trayectoria de una mujer del mundo audiovisual norteamericano, determinante en esta transformación.

El primero se dedica a Diane English, guionista, productora y directora, conocida por ser creadora de la serie *Murphy Brown*. El segundo, habla de Roseanne Barr, presentadora del programa de entrevistas *The Roseanne Show* y, más adelante protagonista de *reality shows* como *Roseanne's Nuts*. Amy Sherman-Palladino, guionista, directora y escritora, es la protagonista del tercer capítulo, conocida por *Las chicas Gilmore*. El siguiente, se centra en Shonda Rhimes, guionista, productora y directora, conocida principalmente por crear la serie *Anatomía de Grey*, entre otras series de éxito mundial. Tina Fey, Liz Meriwether y Mindy Kaling comparten protagonismo en el capítulo cinco. Tina Fey es actriz, comedianta, escritora, guionista, productora y protagonista, entre otras, de la comedia televisiva *Rockefeller Plaza* (originalmente, *30 Rock*). Por su parte, Liz Meriwether es también escritora, productora y *showrunner* de televisión. Su nombre es conocido especialmente por ser creadora de la comedia televisiva *New Girl*. La tercera protagonista de este capítulo, Mindy Kaling, es actriz, comedianta, escritora, productora y protagonista de la serie *The Mindy Project*. El sexto capítulo se centra en Lena Dunham, guionista, directora y actriz, y creadora y protagonista de la serie de HBO, *Girls*. El capítulo siete trata sobre dos de los programas televisivos más populares de Comedy Central, *Inside Amy Schumer* y *Broad City*. Ambas series, creadas o escritas por mujeres y protagonizadas por personajes femeninos que rompen estereotipos y normas socialmente establecidas. Las series *Weeds* y *Orange is the New Black*, creadas por Jenji Kohan, ocupan el siguiente capítulo de este libro, que habla sobre los valores familiares. Por último, el capítulo nueve trata el caso de Jill Soloway, creadora, *showrunner*, directora y escritora, conocida especialmente por su faceta como productora ejecutiva y directora de la serie *Transparent*.



AGUADED, I.; ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M. (COORDINADORS)
Competencias mediáticas en medios digitales emergentes
 Salamanca: Comunicación Social ediciones y publicaciones, 2018, 236 páginas
 ISBN: 978-84-17600-03-7



Competencias mediáticas en medios digitales emergentes es una obra escrita por más de 20 investigadores e investigadoras. El volumen cuenta con un prólogo de Joan Ferrés y una introducción a cargo de Luís M. Romero-Rodríguez e Ignacio Aguaded.

El libro aborda los asuntos actuales capitales en los ámbitos de la Comunicación y la Educación, como

por ejemplo las nuevas competencias mediáticas y digitales, la desinformación y las noticias falsas.

El primer capítulo estudia las competencias mediáticas en el escenario de convergencia digital. Se trabajan temas como las narrativas transmedia o el *storytelling* digital como herramienta educativa. El segundo, se dedica a las competencias éticas y mediáticas en los nuevos entornos digitales y aborda cuestiones como, por ejemplo, la ética digital ambiental, la cibernética, la robótica moral, la “dieta-ética digital” o la ética virtual para el *blockchain* y la *deep web*. El tema del tercer capítulo es la desinformación y la infoxicación en las cuartas pantallas. Las *fake news*, los bulos y la desinformación son los temas centrales. La cuarta sección aborda las posibilidades de la educación en comunicación y las tecnologías de la información y de la comunicación para la educación inclusiva. El uso de la tecnología digital para la enseñanza y el aprendizaje, el desarrollo de competencias y habilidades digitales, o la mejora de la educación mediante el análisis de datos son algunos de los temas tratados. El quinto se dedica a las brechas de tipo instrumental y aquellas producidas por las diferencias en competencias digitales y aborda el papel de los y las docentes en estas cuestiones. El capítulo seis gira en torno a las responsabilidades y vulnerabilidades derivadas de la introducción social de los nuevos dispositivos móviles. El siguiente, se centra en el potencial educativo de los medios de servicio público en temas de comunicación en el entorno digital. El capítulo ocho se dedica a la creatividad transmedia en los procesos interactivos de aprendizaje a través de los medios digitales emergentes. La educación lectora y literaria por medio de los libros digitales, la cultura participativa y las nuevas estrategias de alfabetización lectora vinculadas a los libros electrónicos, a los *booktubers* y a la realidad aumentada son los temas del noveno capítulo del volumen. El último capítulo aborda la convergencia digital y la integración de las competencias en tecnologías de la información y de la comunicación y las competencias mediáticas.

RECORDER, M.J. (ED.)
Com formar ciutadans crítics? Alfabetització
informacional i mediàtica
 Barcelona: Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2019, 195 pàgines
 ISBN: 978 84 120344 3 1

Com formar ciutadans crítics? Alfabetització informacional i mediàtica, recoge el trabajo generado en la *Jornada sobre alfabetització informacional i mediàtica per una ciutadania crítica*, celebrada en el aula Magna de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona el 30 de novembre de 2018.



El libro, consta de una introducción, a cargo de la editora del libro, en que se explica la problemática de la educación crítica para la ciudadanía en nuestros días, en materia mediática y digital. A continuación, se sintetizan algunas de las reflexiones principales, surgidas de la jornada: “Periodistes, codi deontològic i informació rigorosa” de Neus Bonet, “El suport del govern a la alfabetització informacional i mediàtica” de Ignasi Genovés y “La necessària vinculació de la universitat amb la formació d’una ciutadania crítica” de Virgínia Luzón. Por otro lado, se reproducen las comunicaciones presentadas por José Manuel Pérez Tornero, con el título “Mediatización Intensiva”; Aurora Vall con “L’educació al llarg de la vida gràcies a les biblioteques públiques” y por Salvador Alsius, “El paper de les autoritats reguladores europees en la *media literacy* i el programa desenvolupat pel CAC en educació mediàtica”. La tercera parte del libro está dedica a otras cinco ponencias de la jornada. En primer lugar, “Media and Information Literacy and the Media Industries: Best practices”, de Laura Cervi. Seguidamente, “La competència informacional i els estudiants universitaris”, de Pilar Cid y Remei Perpinya. Marta Civil firma el tercer artículo con el título “Els graduats en comunicació: quin rol poden jugar en l’ensenyament de la competència informacional i mediàtica a les escoles?”. En cuarto lugar, “Els bibliotecaris: de guardians dels llibres a divulgadors del coneixement”, de Joan Gómez Escofet. Y, por último, “P Professionals de la informació, la comunicació i l’educació davant la infoxicació i les *fake news*: col·laborem?”, de Alexandre López- Borrull, Josep Vives y Joan Isidre Badell. Para acabar, y antes de las conclusiones, de nuevo a cargo de María José Recoder, el libro recoge cinco estudios de caso trabajado en el transcurso de la jornada por Eva García, Núria de José, Mònica Lablanca, Carlos Ortiz y Josep Viñeta Balsells.

Disponible en:

<http://incomnet.uab.cat/download/ebookincom_18ok.pdf>