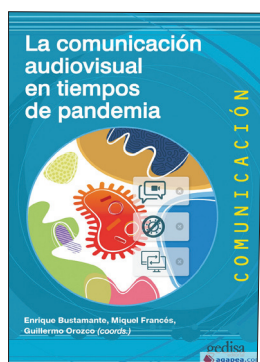


Revista de libros

BUSTAMANTE, E.; FRANCÉS, M. | OROZCO, G. (COORD.)
La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia
 Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 440 páginas.
 ISBN: 9788418525681



Enrique Bustamante ha dejado un valioso legado y un enorme vacío después de su muerte este 2021. Su última obra, que coordinó junto con Miquel Francés y Guillermo Orozco, reflexiona sobre el papel de los medios de comunicación audiovisuales en el seguimiento y la retransmisión de un acontecimiento que trastocó la vida social global en 2020: la

pandemia de la Covid-19. La publicación pretende poner de relieve el alcance, las oportunidades y los retos a los que se enfrenta el sistema mediático para comunicar e informar de forma precisa y ética a la ciudadanía.

El libro reúne las comunicaciones presentadas en el encuentro internacional de TVmorfosisCONTD, que tuvo lugar en la Universidad de Valencia a finales de octubre de 2020. Con prólogo de Enrique Bustamante, el libro analiza los siguientes temas: el acceso a una información rigurosa y contrastada, los riesgos de la "infodemia" y la situación de los medios en el período pospandemia, la importancia de los medios y los modelos de comunicación pública, el tratamiento mediático de los colectivos sociales más vulnerables, la divulgación científica y cultural en la pandemia, la crisis y los modelos de comunicación pública, los contenidos de los informativos y la relevancia de las tecnologías de la comunicación a través de las redes.

Por último, el libro presenta un apartado final de experiencias de buenas conductas en el marco de la multidifusión digital de contenidos audiovisuales que va más allá del espacio televisivo generalista, con un énfasis especial en los contenidos de proximidad.

Disponible [aquí](#).

MACHARIA, S. (ED.)
Who Makes the News. 6th Global Media Monitoring Project. Final report
 WACC, 2021. 166 páginas.
 ISBN: 9781777803803

El Global Media Monitoring Project (GMMP), por iniciativa de la WACC, publica su sexto informe sobre la presencia y la representación de las mujeres en los medios informativos del mundo. Con un foco especial en la crisis de salud mundial por la Covid-19 y las desigualdades aumentadas que acompañan a esta circunstancia, la investigación en esta sexta edición ofrece un análisis sobre la representación de género en la cobertura de los medios durante una catástrofe global, y remarca el aumento del consumo televisivo y de los contenidos digitales, así como el despegue definitivo de las plataformas de vídeo bajo demanda y el acceso mayoritario de la prensa escrita a través de sus páginas web.



También, y por primera vez, el informe incluye datos y análisis sobre los roles que tiene en las noticias los pueblos originarios, las personas con discapacidades, los grupos discriminados por su etnia y las personas adultas, en las noticias. Por primera vez, también analiza la representación de personas de más de 80 años.

El GMMP 2020 se ha implementado en 116 países y cubre más de 30 000 piezas publicadas en prensa, televisión, radio, medios digitales y Twitter. El estudio constata un panorama mixto de progreso, estancamiento y regresión en el sesgo de género y los estereotipos en las noticias y otros contenidos, en que las mujeres son protagonistas solo en el 25 % de las informaciones. El informe reitera, una vez más, la necesidad de tener en cuenta los aspectos sociales, legales, culturales y laborales para mejorar la representatividad y el tratamiento de las mujeres en los medios de comunicación.

Además del texto con los datos mundiales, el GMMP elabora informes específicos por regiones, tales como Europa o Latinoamérica, y también por países.

Disponible [aquí](#).
 Informe sobre España [aquí](#).

QUINTAS FROUFE, N.; GONZÁLEZ NEIRA, A. (COORD.).
Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación
Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 264 páginas.
ISBN: 9788418525872



En esta publicación, Natalia Quintas Froufe y Ana González Neira recogen el conocimiento, la reflexión y el análisis de la evolución de las audiencias en un ecosistema mediático tan cambiante como el actual. Se ha elaborado en colaboración con la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC).

El libro ofrece, en diez capítulos, una aproximación teórica al concepto de audiencia, su evolución histórica, las principales metodologías de investigación, tanto cuantitativas como cualitativas, y un análisis de los sistemas actuales de medición de las audiencias en los diferentes medios comunicativos: televisión, radio, prensa y digital. El libro se inserta en el marco de una sociedad comunicativa en la que la audiencia deja en parte su rol pasivo y se convierte en activa (o, tal como indica Guillermo Orozco en la introducción, hiperactiva) ante las pantallas y los medios, y donde la normativa de protección de datos otorga a la audiencia el poder de dar o no el consentimiento expreso para utilizar sus datos.

La obra incorpora las contribuciones de Amparo Huertas (teorías y maneras de pensar las audiencias); Juan José Igartua (estudio cuantitativo de la recepción); Javier Callejo (metodologías de investigación); Lorena Gómez-Puertas, Mònica Figueras-Maz y Iolanda Tortajada (fenómeno fans y participación de las audiencias); Luis Miguel Pedrero Esteban y José María Legorburu Hortelano (retos de la medición de audiencia de radio y audio); Ana González-Neira, Eduardo Madinaveitia y Natalia Quintas-Froufe (medios impresos y poder de la audiencia); Ana Isabel Rodríguez-Vázquez (audiencia televisiva y total content rating); Luis Deltell Escolar (audiencia cinematográfica); Natalia Papí-Gálvez y Marta Perlado-Lamo de Espinosa (medición de audiencias en Internet), y finalmente, cierran el libro Vanessa Rodríguez-Breijo y Jorge Gallardo-Camacho con el capítulo dedicado a los retos de los estudios de audiencia en la época digital y la cultura de la convergencia.

Disponible [aquí](#).

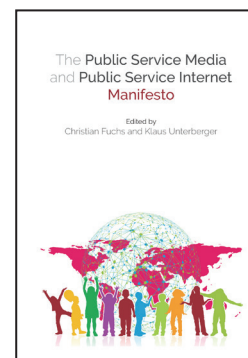
FUCHS, C.; UNTERBERGER, K. (ED.)
The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto
Londres: University of Westminster Press, 2021. 135 páginas. ISBN: 9781914386299

University of Westminster Press publica este libro después de un proceso de debate y trabajo colectivo entre expertos y profesionales de la comunicación que pide —ante los ataques de los medios de comunicación públicos, el crecimiento de las noticias falsas en línea y la evolución de la cultura posverdad— la defensa de la existencia, la financiación y la independencia de los medios públicos de comunicación, así como la creación de un servicio público de Internet.

La edición recoge el Manifiesto sobre medios públicos y el servicio público en Internet y los materiales que dieron lugar a su creación: el informe de Christian Fuchs sobre los resultados de la encuesta de medios de servicio público, la versión escrita sobre la charla en línea que Graham Murdock hizo sobre el papel de los medios públicos en periodos críticos: la conectividad; la crisis climática y la crisis de la COVID-19; y un resumen de una discusión de eComitee platform sobre los fundamentos del Manifiesto: medios públicos, Internet y el futuro de las comunicaciones.

Con todo, el Manifiesto hace hincapié en el valor de los medios públicos y la creación de un servicio público de Internet para el futuro de la sociedad como alternativas sin ánimo de lucro a los gigantes digitales.

Disponible [aquí](#).



JACKSON, D. ET AL. (ED.)

Olympic and Paralympic Analysis 2020: Mega events, media, and the politics of sport

Austin (EUA): Center for Sports Communication. Septiembre 2021. ISBN: 9781910042335



El Centro de Comunicación y Medios Deportivos publica este informe en el que se analizan los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio 2020 desde la vanguardia de los estudios de comunicación y medios del deporte. La publicación quiere convertirse en una recopilación de los pensamientos, las reflexiones y los conocimientos inmediatos desde

una amplia gama de influencias disciplinares: los medios, los estudios de comunicación, los estudios culturales, la sociología, las ciencias políticas y la psicología.

La investigación ha contado con el apoyo de la Asociación Internacional de Comunicación y de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social (IAMCR/AIECS), cuyos miembros han participado en su elaboración. El informe, realizado por personas expertas del ámbito académico de todo el mundo, se estructura en cinco secciones de contenido. El primer bloque analiza aspectos diversos de los Juegos Olímpicos como gran evento, con discusiones sobre su impacto, así como las preocupaciones logísticas de la organización en Tokio en particular; el segundo se centra en la cobertura y la representación de los medios, con contribuciones sobre identidad, género y estereotipos, entre otros; el tercer y el cuarto capítulo ponen el foco en el rendimiento atlético y la identidad de los y las deportistas. Seguidamente, se estudia las diversas formas de fandom e identidad nacional que generan las Olimpiadas tanto en el país que organiza el evento como en los otros países que compiten. Finalmente, se aborda la relación de la política con el deporte con el fin de evaluar los factores políticos externos que pueden incidir a la organización de unos Juegos Olímpicos.

Disponible [aquí](#).

SVENSON, J.

Wizards of the Web: An Outsider's Journey into Tech Culture, Programmins, and Mathemagics

Suecia: Nordicom, 2021. 172 páginas. ISBN: 9789188855527

En este libro, Jakob Svenson estudia los aspectos humanos y culturales de los programadores y programadoras que están en el centro de un escenario social donde los algoritmos y los sistemas automatizados ejercen cada vez más un mayor poder en las sociedades de datos conectados.

Svenson parte de la idea que hay que comprender a las personas que hay detrás de las pantallas para entender las relaciones cambiantes de poder en las sociedades repletas de datos, medios digitales y sistemas automatizados. En este sentido, la publicación aborda las reglas, los ideales, los valores y la imaginación que guían a los y las profesionales de la programación en su trabajo. El estudio empírico y académico se basa en entrevistas con profesionales de la ingeniería y de la programación, en observaciones realizadas en sedes centrales y conferencias tecnológicas en Dinamarca, Suecia, Brasil, Alemania, India y Estados Unidos de América y en un estudio de caso sobre la introducción de automatización algorítmica en la portada de un periódico escandinavo.

Disponible [aquí](#).

