

Historias en Red. Impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación

M^a Verónica de Haro, María del Mar Grandío, Manuel Hernández (Coords.)

Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia

Murcia

433 pp.

ISBN: 978-84-15463-28-3

Las Redes Sociales de Internet son el más reciente punto de inflexión de la Historia de la Comunicación Social. Y han llegado para quedarse. *Historias en Red. Impacto de las Redes Sociales en los procesos de comunicación* presenta, a través de numerosos estudios de caso, una reflexión multidisciplinar para la comprensión del ecosistema comunicativo actual, ampliamente transformado por el fenómeno de las Redes Sociales.

El libro –fruto del trabajo del grupo de investigación “Comunicación, Discurso y Tecnologías” de la Universidad de Murcia y de otros profesores e investigadores colaboradores expertos en la materia– se divide en tres bloques temáticos que abarcan las principales áreas de actuación de las Redes Sociales en el ámbito de la comunicación. En el primer bloque se aborda la influencia de las Redes Sociales en las industrias audiovisuales de entretenimiento. Gabriel Ródenas repasa la evolución de las pantallas audiovisuales desde “la sala oscura” del televisor hasta los más modernos soportes electrónicos móviles para pronosticar el futuro del cine, donde tendrán que convivir necesariamente tradición e innovación. Joseba Bonaut y Teresa Ojer reflexionan a propósito de la prolongación y reformulación del relato de ficción televisiva en las nuevas redes de comunicación, focalizando su atención en el caso del drama británico juvenil *Skins*. En su contribución se pondrá de manifiesto cómo la narración de una serie se

prolonga en el espacio y el tiempo a través de una narración paralela en redes como Facebook o Twitter, así como la creación de una serie de *videoblogs* en los que los personajes completan su experiencia televisiva, ahora *on line*. Por su parte, Manuel Hernández presenta el juego del rol como una importante forma narrativa contemporánea por la singular unión entre el hecho narrativo en sí mismo y la interacción lúdica, así como su popularidad, mostrando cómo los juegos de rol han ido evolucionando en modernas redes sociales virtuales de juego. Susana Herrera y José Luis Requejo estudian el uso que las principales emisoras musicales españolas están haciendo de Twitter, realizando un análisis de contenido de las actualizaciones publicadas en esta plataforma por las cinco principales cadenas musicales españolas: Los 40, Cadena 100, Europa FM, Kiss FM y M80. Para finalizar este bloque, María del Mar Grandío analiza cómo ha variado el consumo audiovisual por parte de las audiencias tras la influencia de las redes de descarga P2P, prestando especial atención a las características de las denominadas “audiencias piratas” en España, un tipo de audiencia experta e innovadora.

El segundo bloque reflexiona a propósito del mensaje periodístico y publicitario a través de las Redes Sociales. Pablo Iglesias analiza las características del nuevo lenguaje presente en las redes y lo define como escueto, directo y superficial, pero efectivo. La aportación de M^a Almudena Hernández se centra en el fenómeno de la humanización de la información en el nuevo entorno virtual para ejemplificar cómo las redes sociales están sirviendo de plataforma y altavoz a las informaciones de carácter social como las relacionadas con la infancia, la inmigración, la igualdad o la discapacidad. Susana Torrado y Lourdes Martínez exploran la relación del mundo del deporte y redes como Twitter o Facebook, una relación que, a juicio de las autoras, ha cambiado la forma de ver e incluso sentir el deporte por parte de los aficionados. David Caldevilla estudia la producción de radio por aficionados en Internet y su posible aplicación didáctica al tiempo que se detiene en explicar el Proyecto *Radio Friends*, para ejemplificar la producción amigable y de calidad de programas radiofónicos por colectivos amateurs y su auto-promoción a través de Radio-Clubs *Online*. Por su parte, Miguel

Ángel Nicolás aborda, de modo general, el contexto digital desde la óptica publicitaria y analiza la estrategia de Youtube (spots tradicionales, virales, campañas, otros...) con el fin de poder comparar el lenguaje publicitario tradicional con el de este canal audiovisual.

En el tercer y último bloque se apuntan las implicaciones de las Redes Sociales en el contexto sociocultural y jurídico. Beatriz Peña aporta algunas perspectivas socioculturales planteadas por la existencia de las redes sociales como el nivel proactivo que puede desarrollar el ciudadano a la hora de construir la cultura. Francisco Cabezuelo Lorenzo, Mónica Viñarás Abad y José María Herranz de la Casa inciden en la implementación de las redes sociales en las industrias culturales, y más concretamente, en el uso de la gestión corporativa de los museos, a través de un interesante capítulo que reflexiona sobre el mundo del arte y las nuevas tecnologías. Por su parte, Carlos Javier Egio analiza el papel de las redes sociales en los movimientos ciudadanos focalizando su atención en el caso de la plataforma ciudadana en defensa del yacimiento de San Esteban en Facebook, cuya participación en la Red consiguió paralizar la destrucción de unos relevantes restos arqueológicos en la ciudad de Murcia. M^a Verónica de Haro y Francisco Lorenzo se detienen en una de las iniciativas institucionales para el fomento de la seguridad ciudadana a través de las Redes Sociales –“*Contigo en Tuenti*”– enmarcada en el Plan Director para la Mejora de la Convivencia y la Seguridad Escolar puesto en marcha por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en la red social española preferida por los más jóvenes. Y por último, Esther Martínez, Marta Pacheco y David Atauri proporcionan una serie de claves y propuestas para una regulación jurídica de las redes sociales *on line*, reflexionando a propósito de la necesidad de proteger los datos personales, el conflicto en los derechos de propiedad intelectual o la suplantación de la identidad en las Redes Sociales.

Esta obra colectiva demuestra las grandes transformaciones que la revolución tecnológica está produciendo en el ecosistema comunicativo. Y es al tiempo, un buen ejemplo de cómo el mundo académico no está siendo ajeno a la necesidad de realizar nuevas adaptaciones interpretativas de la conformación de lo social, consciente de que las for-

mas de vida actuales, la comunicación misma, han de comprenderse desde el cada vez más ineludible concurso de las Redes Sociales.

Raquel Caerols Mateo
Universidad Nebrija

La calidad periodística: Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales

Josep Lluís Gómez Mompart, Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Dolors Palau Sampio (eds.)

Universitat de València

Valencia, 2013

203 pp.

ISBN: 978-84-370-9005-4

En un contexto de crisis económica en el cual los medios de comunicación están gravemente afectados, diagnosticar e identificar los elementos que configuran la calidad periodística supone todo un reto sumamente provocador y alentador. Los editores, Josep Lluís Gómez Mompart, catedrático de Periodismo de la Universitat de València, Juan Francisco Gutiérrez Lozano, profesor titular de la Universidad de Málaga, y Dolors Palau Sampio, profesora de Periodismo de la Universitat de València, aportan con esta obra una herramienta de exploración, reflexión y evaluación acerca del producto periodístico desarrollado en la actualidad y los elementos de calidad que lo configuran así como un acercamiento hacia el uso público del periodismo, la función de la información periodística a través de los medios y tecnologías y su papel en la democracia.

La obra se organiza en torno a once capítulos elaborados por reconocidos investigadores y docentes que imparten distintas materias de periodismo y comunicación en una docena de universidades españolas. El primero, elaborado