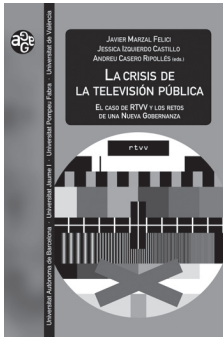




## **NOVETATS BIBLIOGRÀFIQUES**

**Reinald Besalú**  
Secretari de Redacció



## ***La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza***

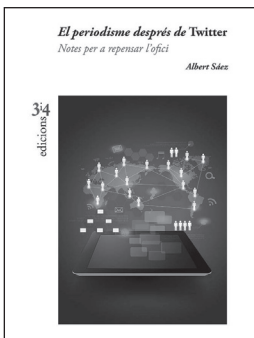
### **FITXA:**

JAVIER MARZAL FELICI, JESSICA IZQUIERDO CASTILLO I ANDREU CASERO RIPOLLÉS (ED.)

Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València, 2015.

### **RESSENYA:**

Aquest llibre es divideix en tres grans blocs amb un denominador comú: la voluntat de fer una panoràmica sobre la televisió pública i els seus reptes en un escenari de crisi, tant econòmica com de legitimitat. El primer bloc està dedicat a l'evolució i el futur del servei públic de televisió, i compta amb capítols d'autors com Enrique Bustamante o Emilio Prado. El segon aborda específicament el cas del tancament de Radiotelevisió Valenciana, amb aportacions, entre altres, de Ramón Zallo o Josep Lluís Gómez Mompart. Finalment, el tercer s'interessa per la governança de les televisions públiques.



## ***El periodisme després de Twitter. Notes per a repensar l'ofici***

### **FITXA:**

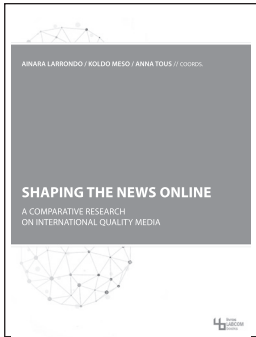
ALBERT SÁEZ

Paterna: Tres i Quatre, 2015.

### **RESSENYA:**

Albert Sáez proposa una reflexió sobre el futur del periodisme a partir de l'anàlisi de l'impacte que hi han tingut les xarxes socials i de les debilitats del sector que han emergit amb la crisi econòmica i de la premsa. L'autor planteja la possibilitat que el periodisme, com a realitat històrica que és, pugui deixar d'existir en un context de postmodernitat, de naixement de noves organitzacions socials, i de difusió de la tecnologia digital, però també desgrana sota quines condicions el periodisme podria seguir tenint un paper fonamental en la societat: recuperant la seva essència, ajustant el model de negoci i sent més transparent i autocrític.





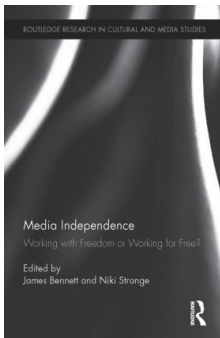
## ***Shaping the news online. A comparative research on international quality media***

### **FITXA:**

AINARA LARRONDO, KOLDO MESO I ANNA TOUS (COORD.)  
Covilhã: Livros LabCom, 2014.

### **RESSENYA:**

Aquest llibre, sorgit en el marc dels interessos de recerca del grup Infotendencias (format per investigadors de diverses universitats espanyoles i dedicat a estudiar l'evolució dels mitjans en línia en els darrers vint anys), s'ocupa de descriure els trets definidors dels gèneres periodístics al web i d'analitzar com són i es construeixen les notícies en un entorn digital. Aplicant l'anàlisi del discurs i l'anàlisi de contingut, autors com Javier Díaz Nocí, Dolors Palau o Bella Palomo avaluen la qualitat de mitjans informatius en línia internacionals, les seves agendes, el seu disseny editorial o la seva estructura hipertextual. El llibre és de descàrrega gratuïta.



## ***Media independence. Working with freedom or working for free?***

### **FITXA:**

JAMES BENNETT I NIKI STRANGE (ED.)  
Abingdon, Regne Unit: Routledge, 2014.

### **RESSENYA:**

Els autors aborden críticament la noció d'*independència dels mitjans*, i constaten que es tracta d'un valor que massa sovint s'ha associat simplement amb el fet de treballar amb llibertat. En canvi, la independència planteja reptes importants a la regulació, ha estat clau per al desenvolupament dels mitjans i la seva definició ha estat freqüentment contestada. S'aporten casos d'estudi sobre el cinema, la televisió, els videojocs, la música i Internet en diferents contextos nacionals, i s'avalua com la independència dels mitjans afecta l'organització, l'estructura, les pràctiques professionals i els resultats dels sistemes mediàtics de tot el món.





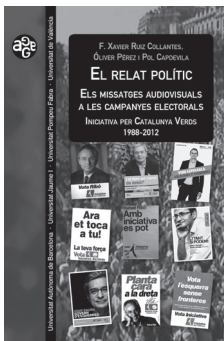
## ***Comunicació i opinió pública. Política, periodisme i ciutadans***

### **FITXA:**

CARLES PONT SORRIBES I JORDI BÈRRIO SERRANO  
Barcelona: UOC, 2015.

### **RESSENYA:**

Pont i Bèrrio s'aproximen a l'opinió pública, en els seus vessants teòric i empíric, des de la perspectiva de les ciències de la comunicació, alhora que aborden també la comunicació política, per l'estreta relació que hi té. Així, els autors defineixen conceptes, desgranen teories, situen històricament la disciplina, descriuen les característiques i funcions de les enquestes i s'interessen pels efectes dels mitjans i la política. El llibre, a més, proposa diverses activitats per treballar les qüestions que s'hi tracten, cosa que permet utilitzar-lo com a manual per a la docència.



## ***El relat polític. Els missatges audiovisuals a les campanyes electorals. Iniciativa per Catalunya Verds 1988-2012***

### **FITXA:**

F. XAVIER RUIZ COLLANTES, ÓLIVER PÉREZ I POL CAPDEVILA  
Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; València: Universitat de València, 2015.

### **RESSENYA:**

Els autors recullen en aquest llibre els resultats de l'anàlisi d'espots i cartells d'Iniciativa per Catalunya Verds al llarg de les successives eleccions autonòmiques en què ha concorregut. Això els permet definir quin és el relat polític d'aquest partit i, alhora, un model d'anàlisi de missatges electorals que distingeix entre el registre lingüístic; el registre figuratiu, la posada en escena i la realització audiovisual; el registre plàstic, i la banda sonora. Els autors observen, a més, com ha evolucionat el discurs d'aquesta formació segons el context electoral i social de cada moment, i conclouen el treball amb una descripció del món que es construeix en els discursos electorals d'Iniciativa.





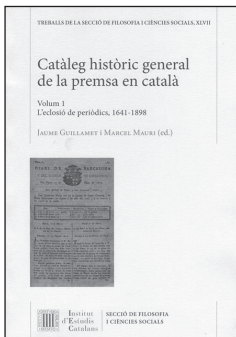
***Del carrer a les urnes: el dret a decidir, en campanya. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2012***

**FITXA:**

CARLES PONT I ARANTXA CAPDEVILA (ED.)  
Girona: Documenta Universitaria, 2014.

**RESSENYA:**

Des de les eleccions catalanes del 1995 investigadors en comunicació i ciències polítiques de diverses universitats n'han estudiat les successives campanyes electorals. En concret, aquest llibre, el sisè de la sèrie, fa referència a la campanya electoral de les eleccions catalanes del 2012, que va tenir el debat sobre les aspiracions nacionals de Catalunya com a eix central. En l'obra s'hi tracten qüestions com el paper dels directors de campanya, l'agenda temàtica en televisió i premsa, la retòrica i l'argumentació en els espots electorals o el rol de les enquestes publicades a la premsa.



***Catàleg històric general de la premsa en català. Volum 1. L'eclosió de periòdics, 1641-1898***

**FITXA:**

JAUME GUILLAMET I MARCEL MAURI (ED.)  
Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2015.

**RESSENYA:**

Aquest llibre recull els primers resultats d'un projecte d'investigació dedicat a l'elaboració d'un catàleg exhaustiu de les publicacions periòdiques en llengua catalana aparegudes al llarg de la història. Està previst que en el volum 2 s'hi recullin les publicacions del període 1899-1939 i en el volum 3, les del període 1940-1978. Pel que fa a aquest primer volum, i prenent com a base l'obra de Givanel, es recullen gairebé 500 gasetes, revistes i diaris, classificats per territoris i poblacions. A més, s'ofereix també una fitxa històrica i hemerogràfica de cada periòdic.



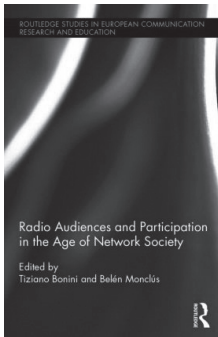


***De La Publicidad a La Publicitat.  
Del republicanisme històric  
al catalanisme intel·lectual***

**FITXA:**  
ALBERT SUÑÉ  
Leida: Pagès, 2015.

**RESSENYA:**

L'autor aborda la història del diari barceloní *La Publicitat* i el seu pas, en certs aspectes traumàtic, de l'edició en llengua castellana a l'edició en llengua catalana, fruit de la compra del diari per part d'Acció Catalana, l'any 1922. Amb profusió de reproduccions de textos escrits pels protagonistes d'aquest esdeveniment, Suñé relata com els intel·lectuals del catalanisme van trobar en *La Publicitat* una via per defensar els drets nacionals de Catalunya, cosa que va provocar diverses topades amb la censura.



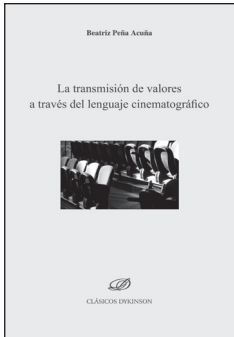
***Radio audiences and participation  
in the age of network society***

**FITXA:**  
TIZIANO BONINI I BELÉN MONCLÚS (ED.)  
Nova York: Routledge, 2015.

**RESSENYA:**

El llibre ofereix reflexions i experiències sobre la interacció entre la ràdio i els seus públics, tot tractant qüestions com les audiències connectades (aquel·les que també són creadores de continguts i que proposen nous sistemes de mesura, menys basats en l'atenció) o les conseqüències que té per a la ràdio l'aparició d'aquest nou tipus d'oient. S'hi descriuen també les percepcions dels productors de ràdio i els reptes de la ràdio comunitària en aquest nou context. L'obra, que compta amb la participació d'investigadors catalans com Maria Gutiérrez, Xavier Ribes o Toni Sellas, es divideix en dos grans blocs: un primer dedicat als públics interactius i un segon dedicat als públics productors.





## ***La transmisión de valores a través del lenguaje cinematográfico***

### **FITXA:**

BEATRIZ PEÑA ACUÑA  
Madrid: Dykinson, 2014.

### **RESSENYA:**

Es tracta d'un assaig teòric sobre el procés de transmissió de valors a través del cinema, amb una perspectiva històrica. L'autora centra l'atenció primer en les teories sobre la intencionalitat del cineasta, per després passar a abordar la qüestió de la instrumentalitat del cinema, tenint en compte aspectes del llenguatge cinematogràfic. Finalment, tracta teories sobre la recepció del cinema, fixant-se especialment en el concepte d'*identificació*. Tot això es fa, a més, estudiant el cas del valor «dignitat humana» i aportant nombrosos exemples de films de Steven Spielberg, cineasta que l'autora ha tractat en altres llibres.



## ***Ideología y propaganda en el cine del Tercer Reich. Cuando el cine alemán se afilió al nazismo***

### **FITXA:**

MARCO DA COSTA  
Salamanca: Comunicación Social, 2014.

### **RESSENYA:**

Da Costa estudia tota la producció cinematogràfica de l'Alemanya nazi, realitzada sota les indicacions del ministre Goebbels, per analitzar com recull els trets de la ideologia nacionalsocialista. Fixant-se tant en films de ficció com en els documentals, l'autor també explica qui eren els directors i actors que van configurar un veritable *star system* en l'Alemanya de l'època, i que es van convertir en còmplices del totalitarisme nazi. El lector, a més, pot accedir a veure totes les pel·lícules que s'hi analitzen a través de codis QR.

