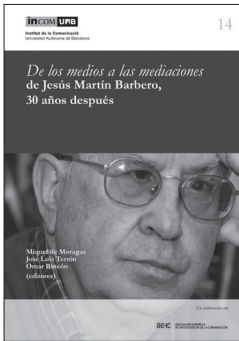




## **NOVETATS BIBLIOGRÀFIQUES**

**Reinald Besalú**  
Secretari de Redacció





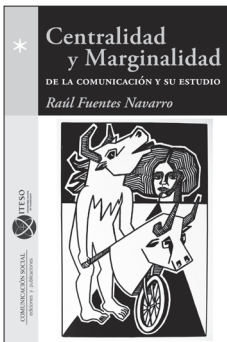
## ***De los medios a las mediaciones, de Jesús Martín Barbero, 30 años después***

### **FITXA:**

MIQUEL DE MORAGAS, JOSÉ LUIS TERRÓN I OMAR RINCÓN (ED.)  
Bellaterra: Incom-UAB Publicacions, 2017

### **RESSENYA:**

Tal com s'indica en el títol, aquest llibre, publicat exclusivament en format electrònic, celebra el trentè aniversari de l'aparició de l'obra més coneguda de Jesús Martín Barbero a partir de tres grans eixos: l'origen i el context en el qual sorgeix el llibre, així com el seu impacte bibliomètric i acadèmic en el camp de la comunicació i la cultura; les entrevistes a l'autor, en les quals reflexiona sobre la seva obra, realitzades, respectivament, els anys 1997, 2010 i 2017, i, finalment, vint-i-tres valoracions d'experts internacionals en què es posa l'accent, entre altres qüestions, en la visió transdisciplinària de l'autor o en l'aportació que suposa el concepte *mediació*.



## ***Centralidad y marginalidad de la comunicación y su estudio***

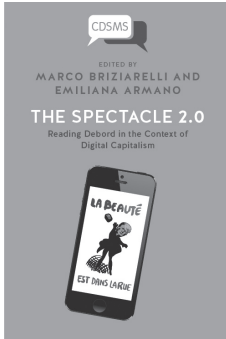
### **FITXA:**

RAÚL FUENTES NAVARRO  
Salamanca: Comunicación Social, 2017

### **RESSENYA:**

Fuentes Navarro transforma en llibre les lliçons impartides en el marc de la Càtedra en Estudis Socioculturals de l'Institut Tecnològic y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) (Mèxic). Fruit d'aquest treball, l'obra ens proposa reflexionar sobre els canvis en els referents i en les condicions de la investigació en comunicació, i sobre si la comunicació està en condicions de deixar la marginalitat i ocupar una posició central en els sectors intel·lectuals i en l'àmbit sociopolític. Aquestes reflexions s'organitzen entorn de vuit grans temes, que inclouen les dimensions ontològica, epistemològica, praxològica i metodològica de la comunicació, així com anàlisis sobre el camp acadèmic de la comunicació i la seva institucionalització.





## ***The spectacle 2.0. Reading Debord in the context of digital capitalism***

**FITXA:**

MARCO BRIZIARELLI I EMILIANA ARMANO (ED.)  
Londres: University of Westminster Press, 2017

**RESSENYA:**

El llibre trasllada la teoria de l'espectacle de Guy Debord en el context actual de capitalisme digital. Així, doncs, els autors defineixen l'espectacle 2.0 com una xarxa interactiva que colonitza la vida social a partir de la mercantilització, l'explotació i la cosificació. L'obra, que es pot consultar gratuïtament en format electrònic, es divideix en dues parts: una primera, en què es conceptualitza l'espectacle 2.0, i una segona, en què s'estudien i s'analitzen aspectes específics de la realitat social (com ara els consumidors proactius, els jocs de rol o els *realities*) des d'aquest punt de vista.



## ***Noche sobre América. Cine de terror después del 11-5***

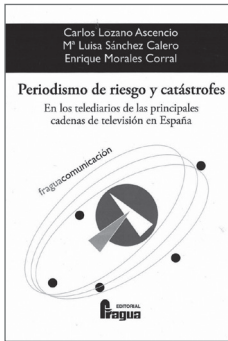
**FITXA:**

LUIS PÉREZ OCHANDO  
València: Publicacions de la Universitat de València, 2017

**RESSENYA:**

El llibre analitza com els atemptats de l'11 de setembre de 2001 a Nova York i, posteriorment, la crisi financera iniciada el 2007 van impactar en el cinema de terror produït als Estats Units. L'autor afirma que, tot i que una part dels temors humans són innats i espontanis, també hi ha pors creades i apreses socialment gràcies a productes com el cinema de terror. Amb aquesta premissa, Pérez Ochando estudia com el cinema de terror nord-americà dels darrers anys contribueix a incrementar la demanda de seguretat o a presentar l'alteritat com una amenaça; en definitiva, a canviar i modular la ideologia dominant de l'època.





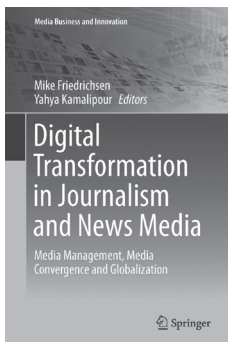
***Periodismo de riesgo y catástrofes.  
En los telediarios de las principales  
cadenas de televisión en España***

**FITXA:**

CARLOS LOZANO ASCENCIO, M. LUISA SÁNCHEZ CALERO  
I ENRIQUE MORALES CORRAL  
Madrid: Fragua, 2017

**RESSENYA:**

Aquest treball analitza els informatius emesos a les cadenes de televisió generalista espanyoles entre el 2013 i el 2014 per observar quin tractament donen a les notícies sobre catàstrofes i situacions de risc, tot posant èmfasi en el caràcter espectacular, incomplet i poc especialitzat d'aquest tipus d'informacions. S'estudien, doncs, qüestions com els esquemes narratius utilitzats, el tractament que es dona al testimoni de les fonts o el grau de preparació acadèmica i professional dels periodistes de catàstrofes. Els autors conclouen la investigació reclamant un major protagonisme per a les fonts d'informació sobre catàstrofes que actuen al marge d'uns mitjans de comunicació espectacularitzats i lligats a l'actualitat.



***Digital transformation in journalism  
and news media. Media management,  
media convergence and globalization***

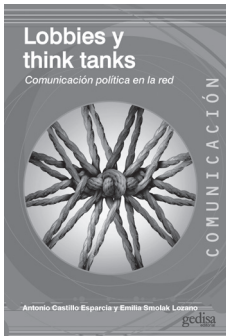
**FITXA:**

MIKE FRIEDRICHSEN I YAHYA KAMALIPOUR (ED.)  
Berlín: Springer, 2017

**RESSENYA:**

Els diferents processos de transformació digital del periodisme i com aquests incideixen en la convergència de mitjans —i fan emergir noves pràctiques i models de negoci— són els principals temes examinats en aquest llibre, amb contribucions de més de trenta experts d'arreu del món. Entre d'altres, s'hi poden trobar capítols sobre les percepcions dels gestors de mitjans sobre com millorar la implicació dels treballadors; sobre l'ús de plataformes de finançament col·lectiu (*crowdfunding*) per finançar l'activitat dels mitjans, o sobre l'ús de vídeos en línia per part de la premsa com a estratègia de convergència per garantir-ne la supervivència.





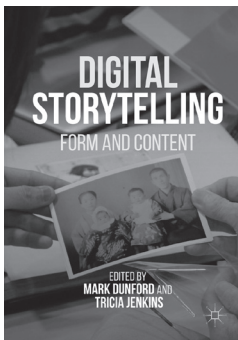
## ***Lobbies y think tanks. Comunicación política en la red***

**FITXA:**

ANTONIO CASTILLO ESPARCIA I EMILIA SMOLAK LOZANO  
Barcelona: Gedisa, 2017

**RESSENYA:**

Els autors aborden el rol que tenen els *lobbies* i els *think tanks* en l'elaboració, la proposta i la implementació de polítiques públiques, en un context d'interès i de presència creixents d'aquests actors polítics a Espanya i Catalunya. Es posa un èmfasi especial en les estratègies comunicatives que planifiquen, desenvolupen i executen els *lobbies* en l'entorn 2.0 per tal d'aconseguir que els seus plantejaments siguin assumits pels poders públics, així com en la capacitat dels *think tanks* per posar idees en circulació en un context de ciberdemocràcia. També s'analitzen la vinculació d'aquests agents amb les relacions públiques i la incidència que tenen en la comunicació política.



## ***Digital storytelling. Form and content***

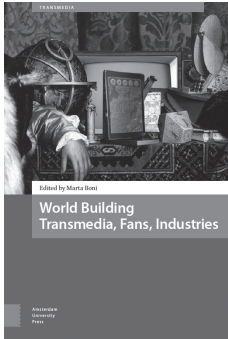
**FITXA:**

MARK DUNFORD I TRICIA JENKINS (ED.)  
Londres: Palgrave Macmillan, 2017

**RESSENYA:**

Diversos autors reflexionen des d'un punt de vista acadèmic i creatiu sobre els usos de l'*storytelling* digital, entès com una nova pràctica mediàtica en què persones sense grans coneixements tècnics adquireixen les habilitats necessàries per explicar una història personal en imatges i so, gràcies a la participació en tallers col·laboratius. El llibre agrupa els capítols en quatre blocs: un primer dedicat a la presentació de diferents casos d'ús de l'*storytelling* digital al món; un segon amb aportacions que mostren la importància d'aquesta pràctica per donar veu a persones generalment absents de l'esfera pública; un tercer centrat en la definició de la forma de l'*storytelling* digital com a gènere, i un últim bloc sobre els límits i el potencial d'aquesta pràctica.



***World building. Transmedia, fans, industries*****FITXA:**

MARTA BONI (ED.)

Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017

**RESSENYA:**

Gràcies a l'evolució tecnològica, els mons de ficció multiplataforma s'han convertit en un fenomen omnipresent en el panorama mediàtic. El llibre explora aquesta qüestió i analitza, amb contribucions de diversos autors, de quina manera aquests mons aconseguixen crear una identitat o marca ben definida i repercuteixen en els valors i significats presents en la societat. Així, s'hi estudia com els mons de ficció poden ajudar a entendre el panorama mediàtic actual; la dimensió econòmica d'aquestes pràctiques; com els mitjans funcionen com a dispositius de construcció de mons de ficció, o com els fans se n'apropien.

***Radio y medios sociales. Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*****FITXA:**

MARCELO KISCHINHEVSKY

Barcelona: UOC, 2017

**RESSENYA:**

La ràdio ha sobreviscut als auguris més pessimistes sobre el seu futur i, en l'era d'Internet, segueix sent un mitjà fort i present en la quotidianitat de moltes persones. Kischinhevsky explica que això és degut a la capacitat d'adaptació i reinvençió del mitjà, que s'imbrica amb altres mitjans i plataformes com les xarxes socials, la televisió, la premsa digital o la música, i que s'aprofita de les possibilitats que ofereixen —com la interacció i participació del públic— per continuar essent un referent social i cultural.

