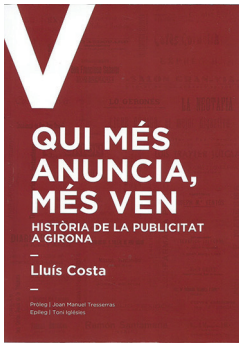




## **NOVETATS BIBLIOGRÀFIQUES**

**Bertran Salvador i Mata**  
Secretari de Redacció





## ***Qui més anuncia, més ven. Història de la publicitat a Girona***

### **FITXA:**

LLUÍS COSTA  
Girona: Fundació Atrium Artis, 2021

### **RESSENYA:**

A *Qui més anuncia, més ven*, Lluís Costa ens proposa una revisió històrica de les pràctiques publicitàries amb Girona com a teló de fons. Des de la perspectiva de la comunicació, es construeix un recorregut temporal que acabarà amb la ciutat moderna i consumista, accelerada, marcada pel turisme. S'analitzen els espais públics gironins com a indrets on s'expressa la publicitat de forma homologada, en un sentit visual però també icònic i sonor. El doctor Costa també investiga les relacions que s'estableixen entre els llenguatges publicitaris i altres realitats, com podria ser el llenguatge propi de les xarxes socials o, fins i tot, el naixement i la comunicació de moviments socials actuals. D'aquesta manera, des d'un relat local i gironí, s'afegeix al diàleg acadèmic un nou contrapunt que sens dubte serveix per matisar i ampliar l'estudi dels discursos publicitaris en el territori.



## ***El llenguatge no verbal en la comunicació online. Consells pràctics per oferir una bona imatge en les videoconferències***

### **FITXA:**

JOAN FRANCESC CÁNOVAS  
Barcelona: Amat, 2021

### **RESSENYA:**

Des d'una perspectiva divulgativa, i des d'una actualitat manifesta, Joan Francesc Cánovas proposa un estudi senzill però pràctic sobre el llenguatge no verbal en les comunicacions virtuals. Si fins ara s'havien estudiat detingudament els contextos comunicatius en persona, com a conseqüència de la irrupció de la COVID-19 i l'establiment, per quedar-s'hi, de les formes de comunicació virtual, es fa necessari extrapolar aquestes anàlisis al nou context d'estudi: moltes vegades l'habitació o el despatx vistos a través d'una càmera. Des d'aquesta perspectiva, aspectes com la il·luminació, l'angle de la càmera, la vestimenta, els complementos o les imatges de fons esdevenen elements d'estudi per al camp de la comunicació.





## ***Quando el mundo se virtualiza. La virtualización de la vida cotidiana y de las relaciones personales***

**FITXA:**

MANUEL MARTÍN SERRANO I OLIVIA VELARDE HERMIDA (COORD.)  
Barcelona: UOC, 2021

**RESSENYA:**

*Quando el mundo se virtualiza* recull els resultats d'una investigació realitzada en el context espanyol amb l'objectiu d'explicar i definir els processos de virtualització que estan tenint lloc en la nostra societat. La virtualització de tasques quotidianes —que, darrerament, s'ha vist accelerada per la pandèmia de la COVID-19— comporta un canvi de paradigma en la societat i en la manera en què estem en el món. A partir d'enquestes en línia, i exposant les conclusions d'una recerca de cinc anys, les disset autores del llibre proposen un seguit d'indicadors i esbossen unes primeres conclusions sobre les transformacions que hi ha hagut en la societat, les sobrevingudes i potser les que encara estan per venir.



## ***El relato público. Miradas transversales a la comunicación política***

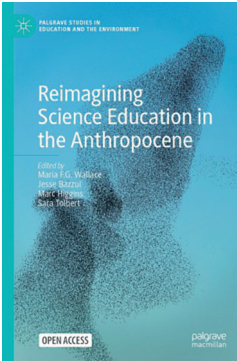
**FITXA:**

JOAN-GABRIEL BURGUERA-SERRA I MERITXELL MARTÍNEZ RIERA (ED.)  
Barcelona: Universitat de Barcelona Edicions, 2021

**RESSENYA:**

Aquesta publicació, editada per Joan-Gabriel Burguera-Serra i Meritxell Martínez Riera, neix de la trobada del Grup d'Anàlisi Multidisciplinària del Discurs i la Comunicació Política i aborda, des de les vessants científica i professional, la imbricació entre política i comunicació. Per fer-ho, no s'atén únicament a l'estructura dels mitjans tradicionals, sinó que s'analitzen també els diferents canals i formats que els avenços tecnològics han generat, i s'adopta una perspectiva marcadament interdisciplinària que permet fer dialogar les dades massives (*big data*), el neuromàrqueting, les ciències cognitives i la comunicació per ordinador amb altres expressions més tradicionals de la comunicació política. En conjunt, aquesta obra ofereix un seguit de mirades originals que s'estructuren al voltant de tres pilars: el relat de marca (*storytelling*), la relació entre política i ficció, i els llenguatges de la política, per contribuir a l'estudi i l'anàlisi continus de la comunicació política.





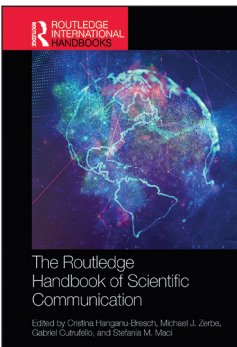
## ***Reimagining science education in the Anthropocene***

### **FITXA:**

MARIA F. G. WALLACE, JESSE BAZZUL, MARC HIGGINS I SARA TOLBERT (ED.)  
Londres: Palgrave Macmillan, 2022

### **RESSENYA:**

En aquesta obra de creació col·lectiva, diverses científiques i científics proposen una aproximació transdisciplinària a l'educació científica en l'era de l'Antropocè. En aquest sentit, l'obra pretén donar resposta als reptes i problemes que es plantegen a la ciència —i en especial a l'educació en ciència— en el context que alguns científics han anomenat *Antropocè*, caracteritzat per l'impacte de la humanitat en l'acceleració de les transicions geològiques. Des de perspectives postcoloniales, i sense obviar les reverberacions polítiques que la ciència pot causar, aquesta obra esdevé un compendi detallat d'aportacions en accés obert per a l'estudi de la comunicació i educació científiques.



## ***The Routledge handbook of scientific communication***

### **FITXA:**

CRISTINA HANGANU-BRESCH, MICHAEL J. ZERBE, GABRIEL CUTRUFELLO  
I STEFANIA M. MACI (ED.)  
Londres: Routledge, Taylor & Francis Group, 2022

### **RESSENYA:**

La societat contemporània s'està enfrontant a un seguit de crisis de caràcter científic: la pandèmia de la COVID-19, el canvi climàtic, les reticències a la vacunació o els moviments antivacuna, entre d'altres. En aquest context, resulta cabdal investigar i millorar la manera com comuniquem la ciència, ja no només per divulgar sinó per mitigar possibles riscos associats a la desconeixença. Aquest manual conté un conjunt d'investigacions i aproximacions detallades i de la major qualitat científica, signades per figures de renom del camp, amb la intenció de sistematitzar i ampliar el coneixement existent en el camp de la comunicació científica.

