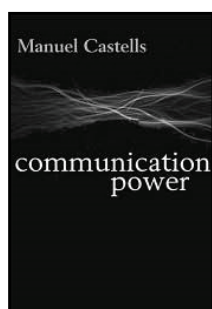


Revista de llibres

CASTELLS, M. *Communication Power*.

Nova York: Oxford University Press, 2009, 571 pàgines.
ISBN: 978-0-19-956704-1



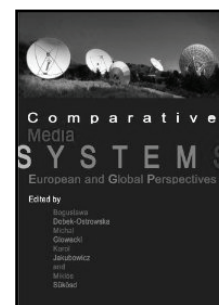
L'últim llibre de Manuel Castells, i continuant amb volums anteriors de l'autor, presenta una anàlisi de la *societat xarxa*, l'estructura social que caracteritza la societat del segle XXI i que està construïda al voltant de xarxes digitals de comunicació. Es tracta d'un llibre crític, científicament sòlid, i de gran utilitat per a qualsevol persona interessada a comprendre el paper del poder polític a

la societat xarxa. A més, és un volum de lectura àgil i va acompanyat d'exemples actualitzats i de dades empíriques de múltiples recerques (majoritàriament, del món acadèmic anglosaxó) presentades en cinc capítols. Els tres primers capítols aborden la definició dels conceptes 'poder a la societat xarxa', 'comunicació a l'era digital' i 'procés cognitiu'. Al primer capítol, Castells fuig del determinisme tecnològic i presenta un resum dels principals elements de la societat xarxa: l'exercici del poder i del contrapoder, la societat i les xarxes globals. El segon capítol descriu la transformació de les audiències de receptors a productors de missatges i proposa el concepte d'autocomunicació de masses (*mass self-communication*), a través del qual les noves formes de comunicació en xarxa promouen noves oportunitats de canvi social. El tercer capítol connecta la societat xarxa amb la teoria de l'enquadrament (*framing*) per analitzar la relació entre emoció, cognició i política. A partir d'aquí, el capítol 4 explica per què en la societat xarxa la política actual és una política dels mitjans (*media politics*), centrada bàsicament en la política de l'escàndol, i relaciona aquest tipus de política amb la crisi de legitimitat i de manca de confiança que es viu a escala global i que està desafiant el significat de la democràcia. Finalment, al capítol 5, Castells, fent-se ressò de les últimes eleccions nord-americanes, aborda les noves modalitats del poder i explora com els diferents moviments socials actuen a la nostra societat reprogramant les xarxes de comunicació.

DOBEK-OSTROWSKA, B.; GLOWACKI, M.; KAROL JAKUBOWICZ; MIKLÓS SÜKÖSD, M. (ed.) *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*.

Budapest – Nova York: Central European University Press, 2010, 304 pàgines
ISBN: 978-963-9776-54-8

Seguint l'estela del ja consolidat *Comparing Media Systems*, de Daniel C. Hallin i Paolo Mancini, apareix aquest nou volum. Es tracta d'una compilació prologada pels mateixos Mancini i Hallin que n'amplia la perspectiva afegint matisos al seu model i especialment, introduint-hi els països de l'Est. La introducció de Karol Jakubowicz ja va en aquesta direcció i el primer capítol de Hans J. Kleinsteuber precisament posa les bases d'una comparació entre sistemes mediàtics de l'Europa occidental i l'Europa de l'Est. Complementàriament, el llibre ofereix una visió del sistema mediàtic turc dins de la perspectiva dels tres models (democràtic corporatiu, liberal i pluralista polaritzat), amb algunes característiques dels tres, però amb una tendència marcada cap al model "mediterrani". També hi trobem una interessant presència d'investigadors provinents de la Universitat Autònoma de Barcelona, com Carles Llorens i Isabel Fernández, que escriuen un capítol comparant la reforma dels sistemes de ràdio i televisió públics al Regne Unit i l'Estat espanyol durant el període 2004-2007; com també l'aportació de Laura Bergés, amb un estudi específic sobre les "convulsions" transformacions del model de producció televisiva espanyol. Així mateix, podem trobar-hi una descripció del servei de radiotelevisió pública ucraïnesa de la mà d'Olexiy Khabyuk. Els darrers capítols se centren especialment en les vicissituds del periodisme, que a l'Europa de l'Est també està patint un moment d'incertesa. En aquest sentit, el llibre aporta un text de Wolfgang Donsbach sobre els efectes de la globalització en les estructures professionals del periodisme, la qual cosa també és estudiada amb una perspectiva relativament diferent pels investigadors Auksé Balcytiené i Halliki Harro-Loit, lituà i estonià, respectivament. Lucyna Szot també repassa els problemes laborals del periodista a Polònia, i Maren Röger ens parla del discurs del tabloide d'Axel Springer, *Fakt*, en aquest país. Val la pena fer esment del capítol col·lectiu encapçalat per Hartmut Wessler, on trobem una sèrie de conjectures sobre la influència de l'estructura dels sistemes mediàtics en les formes en què es construeix el discurs.



DWYER, T. *Media Convergence*.
 Buckinghamshire: Mc-Graw-Hill – Open University
 Press, 2010, 208 pàgines. ISBN: 9780335228737



Tim Dwyer és professor de la University of Sydney i especialista en polítiques de comunicació, i en aquest treball aprofundeix en la qüestió de la convergència tecnològica digital actual. El llibre aporta un nou gra de sorra a aquest debat i, a la vegada, també intenta abordar la convergència digital com un nou lloc comú on conflueixen diverses ideologies politicoe-

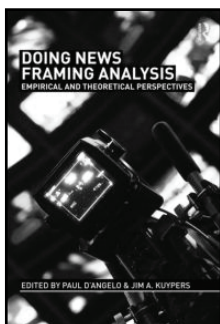
conòmiques per tal d'imposar una sèrie de models per interpretar la realitat per damunt d'uns altres (capítol 1). Particularment, "s'assumeix que el terme [convergència] sovint obscureix importants canvis en pràctiques laborals, i estratègies i processos editorials". En aquest sentit, se'n repassen múltiples casos, de vegades amb una atenció especial als efectes d'aquest procés en l'aproximació entre internet i televisió. La visió més estructuralista també es complementa amb un toc d'atenció al sorgiment de noves pràctiques d'ús dels usuaris que transformen els mitjans, fent que la indústria es trobi sovint per darrere i havent d'adaptar-se a aquests nous usos. Així, al capítol 2, l'autor analitza l'adquisició de MySpace per part del conglomerat News Corporation com un exemple del que està succeint. En destaca especialment el capítol 3 ("Media Ownership and the Nation-State") on es repassa el marc legal del Canadà, Nova Zelanda, Austràlia, els Estats Units i el Regne Unit, especialitat de Dwyer. El llibre també aborda el debat acadèmic respecte d'aquesta qüestió i revisita el concepte de *mediatization* i, en síntesi, repassa els diferents aspectes de la convergència mediàtica: tecnològics, industrials, legals, comercials, etc., i els seus efectes en el funcionament de les democràcies liberals. Sense obviar un cert posicionament ideològic respecte d'aquesta qüestió, al darrer capítol es proposa la readquisició de models de polítiques de comunicació més socialdemòcrates, en consonància amb les mesures que han hagut d'adoptar-se arreu després dels desajustos financers derivats de la darrera crisi econòmica. Amb aquest tipus de polítiques, segons Dwyer, també es fomentaria el control ciutadà de l'esfera mediàtica, i s'evitarien els monopolis privats i s'asseguraria la diversitat de continguts.

GRABER, D. *Mass Media and American Politics*.
 Washington, DC: CQ Press, 2010, 384 pàgines.
 ISBN: 978-1604264609



Es tracta de l'actualització d'un volum de referència en la comunicació política. En aquesta edició, Graber reinventa, com ella ho cita al prefaci, el volum original per incorporar les noves tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) que estan canviant l'escenari de les notícies al món, reflectint els canvis polítics i tecnològics que han tingut lloc des de la publicació de l'edició anterior el 2005. Als primers capítols, hi trobem una descripció del sistema mediàtic nord-americà, de la funció dels mitjans de comunicació i dels seus efectes, o qüestions com ara la regulació i l'impacte dels nous mitjans en el nou panorama mediàtic. Així mateix, també es descriu el marc legal, polític i econòmic en què els mitjans nord-americans operen, així com les seves rutines periodístiques. A continuació, el capítol 5 enumera els canvis que es produeixen a les notícies en temps de crisi o quan s'informa sobre fets extraordinaris. És a partir del capítol 6 quan s'aborda la relació entre mitjans i política, ja sigui els problemes ètics que comporta l'activisme polític dels periodistes o la influència dels mitjans en les actituds i les conductes dels ciutadans. Els capítols següents se centren en la cobertura de les eleccions, i presten una atenció especial als canvis tecnològics que han fet d'internet una eina política que dona poder als ciutadans. Com a exemple, es descriuen les campanyes d'Obama (anomenada "la campanya que vindrà") i McCain ("la campanya prototípica del passat"). Posteriorment, també es tracta el paper dels mitjans en el sistema judicial i en els nivells locals i estatals, o l'impacte de les notícies sobre política exterior nord-americana, i en resulta força interessant l'apartat sobre la cobertura de conflictes bèl·lics. El volum conclou amb una interessant discussió sobre els nous reptes i les tendències polítiques en l'era del web 2.0 (distribució de les notícies fetes pels ciutadans, conseqüències polítiques dels *netizens*, el futur dels mitjans públics, l'impacte de les noves tecnologies, la multiplicació de plataformes, o les polítiques reguladores del nou espai mediàtic).

D'ANGELO, P; KUYPERS, J. A. (ed.). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Nova York, NY: Routledge, 2010, 392 pàgines. ISBN: 978-0-415-99236-7



Des de l'aparició del llibre de Reese, Gandy i Grant, *Framing Public Life* (2003), es trobava a faltar un volum que abordés de forma seriosa la teoria del *framing* (o enquadrament) aplicada als estudis de comunicació. Aquest volum, editat per D'Angelo i Kuypers, és una guia conceptual metodològica força útil per a futures recerques que tinguin com a base la teoria del *framing*.

El llibre està estructurat en tretze articles dividits en tres seccions. De la primera secció, dedicada a la construcció de l'enquadrament, en destaquen els articles de Reese sobre els *frames* utilitzats en l'anomenada "guerra contra el terror", l'article de Nisbet sobre els *frames* utilitzats en les notícies relatives al canvi climàtic i a la pobresa, els articles de Van Gorp i de B. T. Scheufele i D. A. Scheufele, que aborden la metodologia i la reconstrucció dels *frames*, qüestió força important, i la innovadora anàlisi de Cooper sobre la relació del *framing* i la biosfera. La segona part del llibre presenta diferents perspectives dels efectes de l'enquadrament. Per exemple, Brewer i Gross descriuen els efectes del *framing* sobre l'opinió pública i enumeren les diferents metodologies utilitzades per fer-ne l'anàlisi (experiments de laboratori, enquestes experimentals, treballs de camp, anàlisi de continguts, entrevistes en profunditat i *focus groups*), i Coleman, per la seva banda, explora els efectes del *framing* i l'*agenda-setting* (o establiment de l'agenda) en les imatges visuals (*visual framing*). L'última part d'aquest volum recull diferents articles amb el títol 'Integració teòrica en l'anàlisi de l'enquadrament a les notícies'. En podem destacar especialment l'article de Lawrence, on presenta una recerca sobre l'enquadrament en les notícies polítiques, mentre que Hardin i Whiteside analitzen el *framing* a través d'una perspectiva feminista. El volum finalitza amb un capítol escrit per Robert Entman en què analitza el poder dels mitjans a través de la teoria del *framing*. En definitiva, aquest és un volum de referència per a tots els qui volen apropar-se a la teoria de l'enquadrament en els estudis de comunicació.

HANSEN, A. *Environment, Media and Communication*. Nova York: Routledge, 2010, 256 pàgines. ISBN: 978-0-415-42576-6

Environment, Media and Communication és un llibre que forma part d'un fenomen que inclou moltes altres disciplines a part de les de la comunicació: la irrupció de les qüestions relacionades amb el canvi climàtic en l'agenda pública. Hansen, professor de la University of Leicester, ens presenta un llibre força teòric, però ple d'exemples i casos que il·lustren les seves tesis, així com exercicis perquè el lector s'hi familiaritzi. El llibre aprofundeix molt en la construcció dels discursos sobre el medi ambient als mitjans de comunicació, i com aquests discursos afecten la percepció social de la gent al voltant dels diversos reptes ambientals que afronta la humanitat actualment. Els diferents exercicis proposats van acompanyats de càpsules a tall d'*excursus* on es tracten temes específics com per exemple el sentit de l'hipertext a internet com a font d'informació, la valoració de les relacions públiques en la manera de construir les notícies, o la imatge de la natura en la publicitat, entre altres temes. En aquest sentit, Hansen es nodreix de conceptes derivats del *frame analysis*, el *frame packaging* i, en general, es planteja una perspectiva marcadament constructivista per intentar analitzar el rerefons mediàtic que interactua amb la crisi ecològica. Així, hi trobem una crítica dura tant a la mercantilització de l'ambientalisme com al tractament banal o a



voltes sensacionalista dels temes ecològics en tots els mitjans de comunicació, i es fixa especialment en els continguts informatius. Amb aquest motiu, el present volum no oblidarà centrar-se en els interessos creats i en els actors polítics i econòmics involucrats en qualsevol problemàtica mediambiental de caràcter local, així com la seva transcendència en l'escenari global. També s'analitzen campanyes de comunicació i de sensibilització ambiental específiques, tenint en compte l'escenari configurat per l'esfera pública en els mitjans de comunicació com un terreny que els grups ecologistes procuren conquerir amb èxit per tal de fer sentir al màxim les seves reivindicacions.

Altres llibres d'interès

COSTA, LL. *La comunicació local*. UOC – Vull Saber, 2009, 92 pàgines. ISBN: 978-8497888219

GONZÁLEZ CONDE, M. J. *La radio: el sonido de la supervivencia*. Universitas, 2009, 330 pàgines. ISBN: 978-8479912642

McPHAIL, T. (ed.). *Development Communication: Reframing the Role of the Media*. Wiley-Blackwell, 2009, 256 pàgines. ISBN: 978-1405187947

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press, 2010, 320 pàgines. ISBN: 978-0195398601

HARTMANN, T. (ed.). *Media Choice: A Theoretical and Empirical Overview*. Routledge, 2009, 305 pàgines. ISBN: 978-0-415-96458-6