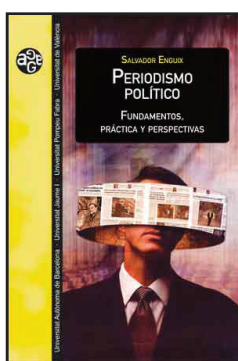


Revista de llibres

ENGUIX, S.

Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas
Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona; València:
Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume
I, Universitat Pompeu Fabra i Universitat de València,
2014, 160 pàgines. ISBN: 978-84-490-4856-2 / ISBN:
978-84-15444-66-4 / ISBN: 978-84-370-9511-0



Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas neix d'una necessitat personal derivada de l'activitat professional com a docent i com a periodista, segons exposa l'autor a la introducció. Enguix vol contribuir a ampliar l'escassa bibliografia acadèmica que existeix sobre periodisme polític, un fet que contrasta amb la gran importància que sovint té la secció de política a

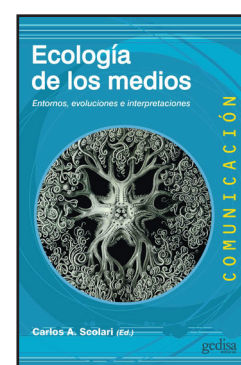
les redaccions dels mitjans de comunicació, tot i que l'autor se centra en les de premsa escrita. Per primera vegada a Catalunya, un llibre recull una visió global i estructurada sobre periodisme polític, la seva relació amb els models teòrics, la pràctica d'aquesta especialitat i la incidència de l'entorn digital en aquest àmbit. Es combinen a parts iguals la teoria acadèmica amb la pràctica de l'ofici de periodista i s'analitzen, en paral·lel, conceptes com periodisme polític i qualitat democràtica; la diferència entre comunicació política i periodisme polític; actors i àmbits del periodisme polític o periodisme digital i politització social, arran de la irrupció de les xarxes socials.

El llibre l'han editat conjuntament la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Jaume I, la Universitat Pompeu Fabra i la Universitat de València. Està estructurat en sis capítols. En el primer es diferencia entre periodisme polític i notícia política. En el segon s'estableix la diferència entre periodisme polític i comunicació política. La relació entre periodisme i democràcia centra el tercer capítol. En el quart, es reflexiona sobre el periodisme polític com a especialitat. Les pautes professionals del periodisme polític són l'objecte d'estudi del cinquè capítol. El sisè i últim tracta el tema de les noves rutines del periodisme polític en suports digitals. El llibre és una visió pedagògica, acadèmica i pràctica sobre dos àmbits, el de la política i el del periodisme, que, com diu Enguix, comparteixen grans tensions, però també grans complicitats. El pròleg del llibre, titulat "Paja para los caballos", l'escriu el periodista Enric Juliana.

SCOLARI, C. A. (ed.)

Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones
Barcelona: Editorial Gedisa, SA, febrer de 2015, 297
pàgines
ISBN: 978-84-9784-826-8

Diferents autors analitzen les teories de la comunicació des de la teoria de l'ecologia de mitjans. Una teoria que segons Scolari, responsable de l'edició, és *transmèdia* i no se centra en un període de temps limitat, atès que la seva reflexió comença amb l'aparició del llenguatge, segueix amb la tradició de l'oralitat i l'escriptura i arriba fins a l'entorn digital que ens envolta, sense renunciar a proposar escenaris de futur.

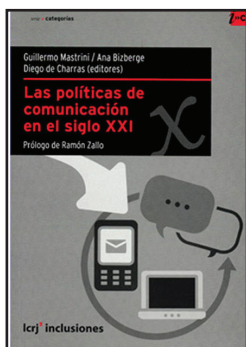


Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones està estructurat en tres parts. La primera porta per títol "Los padres fundadores" i l'obre l'entrevista a Marshal McLuhan, avui mítica, que la revista *Playboy* va publicar el març de 1969. També es recull el discurs inaugural que va pronunciar, el 16 de juny de l'any 2000, Neil Postman a la Media Ecology Association i que va representar un abans i un després en aquest àmbit d'estudi. Aquest capítol inicial també inclou un article de Jesús Octavio Elizondo Martínez, en què fa una contextualització de l'ecologia de mitjans i aporta una detallada descripció de l'Escola de Toronto a l'entorn de McLuhan, i també s'hi pot llegir un article de Thom Gencarelli que vincula ecologia de mitjans i educació.

"Los discípulos" és l'epígraf que inaugura la segona part del llibre, dedicada a la institucionalització de l'ecologia de mitjans. S'hi poden trobar textos de Lance Strate, una de les figures clau a l'hora de situar l'ecologia de mitjans en els estudis de comunicació contemporanis; de Paul Levinson i de Robert K. Logan. Levinson aporta una anàlisi evolutiva i Logan recull la tradició transversal del pensament de McLuhan i dibuixa diferents visions de futur sobre l'ecologia mediàtica.

La tercera part del llibre porta per títol "Las nuevas fronteras" i exposa les aportacions més noves en aquest àmbit, caracteritzades per una visió crítica de la teoria tal com es pot llegir en els articles d'Indrek Ibrus, Denis Renó, Sergio Roncallo Dow i Diego Mazorra.

MASTRINI, G.; BIZBERGE, A.; DE CHARRAS, D. (ed.)
Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos
 Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones, abril de 2013, 284 pàgines
 ISBN: 978-987-601-187-7



Ramón Zallo prologa aquest llibre que qualifica d'imprescindible per repensar nous models de comunicació social. En aquesta edició els articles comparteixen un objectiu comú, que és el d'aportar una reflexió rigorosa sobre els principals debats oberts en el marc de les polítiques de comunicació al món. Els autors formen part de l'equip de la Càtedra de Polítiques i

Planificació de la Comunicació de la Universitat de Buenos Aires. Cada capítol analitza, conceptualment, aspectes centrals del sector com ara la diversitat, el pluralisme i la desconcentració, i aprofundeix en temes que hi incideixen de manera directa i que fins ara han estat poc estudiats des del món acadèmic. El llibre ofereix una versió transversal d'anàlisi de tots els elements de l'ecosistema comunicacional a escala global.

En el primer capítol s'analitza la relació entre sistema democràtic i sistemes de mitjans i es reflexiona sobre la creació d'un espai comunicatiu propi des de la perspectiva dels drets de la ciutadania a l'entorn digital. En el segon, s'hi descriuen les característiques dels serveis públics de radiodifusió, des d'un punt de vista llatinoamericà, contextualitzat amb l'evolució que aquests serveis han tingut a Europa i els reptes que avui planteja la digitalització. Al tercer capítol es relata com cada dia els organismes internacionals (OMC, UNESCO, UIT) tenen més presència en les polítiques de comunicació i s'alerta d'una creixent mercantilització dels seus criteris de regulació a tot el món. El futur de la gestió de l'espai radioelèctric, fins ara entès com a bé públic, per passar a ser vist sota el prisma de criteris d'eficiència i rendibilitat centra el capítol quatre. En el cinquè, s'analitza la repercussió que té la creixent concentració de mitjans des d'una perspectiva econòmica i política i com repercuteix sobre el pluralisme i la diversitat. El sisè capítol s'atura en la TDT, el dividend digital, el seu finançament i els nous formats. La regulació a Internet és el tema del setè capítol i, en el darrer, el vuitè, s'analitza la gestió de la propietat intel·lectual a les indústries culturals i els reptes que genera en aquest àmbit la convergència tecnològica.

GÓMEZ PÉREZ, F. J. (Coor.)
Políticas de impulso a las industrias audiovisuales. Ley Audiovisual y Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en Andalucía
 Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2015, 173 pàgines. ISBN: 978-84-15544-85-2

Aquest llibre és el resultat de la jornada "Impulso al sector audiovisual andaluz", organitzada per la Facultat de Comunicació i Documentació de la Universitat de Granada, amb el suport de la Junta d'Andalusia, que al seu dia va crear la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual de Andalucía (MOISA) de cara a fer de l'audiovisual un sector estratègic econòmic, polític i social en aquesta comunitat. La Mesa, sota el paraigua del consens, va elaborar dos documents mestres —Plan de ordenación e impulso al sector audiovisual (POISA) i l'avantprojecte de Llei de l'audiovisual— que serviran d'espina dorsal per a la redacció de la proposició de la Llei de l'audiovisual andalusa.



El tarannà participatiu de la MOISA —està formada per més d'una quarantena d'associacions, empreses i institucions i per nou representants de diferents departaments de la Junta— ha permès la pluralitat d'opinions, la màxima representativitat i altes cotes d'implicació i de col·laboració des de múltiples sectors de la societat civil.

La futura Llei de l'audiovisual i el Pla per impulsar el sector audiovisual d'Andalusia recollirà algunes de les iniciatives sorgides en aquesta Mesa. Una Llei que, segons que es remarca al pròleg del llibre, haurà de garantir que el servei públic, tant l'autonòmic com el local, quedi assegurat. La Llei, a proposta de la Mesa, també recollirà aspectes com les condicions laborals i professionals del sector amb la finalitat d'afavorir la contractació de tècnics i especialistes residents a Andalusia i la redacció d'un directori d'empreses actualitzat. Així mateix, planteja la possibilitat de constituir comissions d'experts vinculades al Consell de l'Audiovisual d'Andalusia.

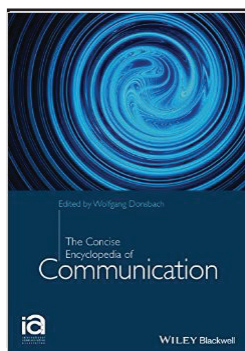
DONSBACH, W. (ed.)

The Concise Encyclopedia of Communication

Chichester, West Sussex [Regne Unit]: John Wiley & Sons, 2015, 704 pàgines

ISBN: 978-1-118-78930-8 (enquadració en tela)

ISBN: 978-1-118-78932-2 (enquadració en rústica)



The Concise Encyclopedia of Communication actualitza, destil·la i sintetitza les entrades de la *International Encyclopedia of Communication* (IEC) publicada l'any 2008, en una edició de dotze volums.

L'editor d'aquesta nova edició compactada de la IEC, Wolfgang Donsbach, afirma a la introducció que en època d'iniciatives com la

Wikipèdia podria semblar que el temps de les enciclopèdies podria haver-se esgotat. Donsbach reivindica la importància de les enciclopèdies com una autoritat i una font contrastada, garant i rigorosa del coneixement.

Wolfgang Donsbach ha contactat amb els centenars d'autors que l'any 2008 van redactar les entrades de la IEC per actualitzar-les i posar-les en valor, i la majoria ha acceptat el repte. Són experts de reconegut prestigi internacional i referents internacionals en el seu sector que treballen amb fonts i referències científiques que permeten que el llistó de qualitat i de rigor de la primera edició es mantingui amb escreix.

Aquests set anys de diferència que separen la primera edició de la *International Encyclopedia of Communication* de la nova edició de *The Concise Encyclopedia of Communication* són una mostra de la versatilitat, el dinamisme i la interdisciplinarietat de les ciències de la comunicació.

La primera entrada d'aquesta versió compactada de la IEC és *Accountability of Media* i la darrera entrada és *Youth Culture*, una enciclopèdia de consulta obligada per a totes les persones interessades en el camp de la comunicació i que cerquin la màxima autoritat, consens, pluralitat i expertesa en aquesta matèria.