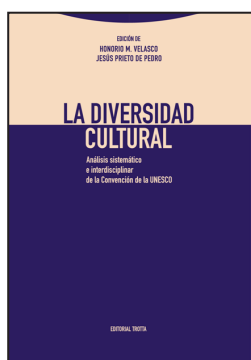


## Revista de llibres

**VELASCO, H. M.; PRIETO DE PEDRO, J. (eds.)**  
***La diversidad cultural: análisis sistemático e interdisciplinar de la Convención de la UNESCO***  
 Madrid: Editorial Trotta, 2016, 372 pàgines  
 ISBN: 978-84-9879-657-5



Aquest llibre està concebut com un estudi interdisciplinari per tal d'abordar els diferents àmbits científics rellevants (dret, comunicació, economia, política, educació, antropologia...) i, en particular, el dret a la cultura, implicats en el contingut de la Convenció sobre la protecció i promoció de la diversitat de les expressions culturals de la UNESCO

aprovada el 2005.

En el llibre podem trobar dues parts ben diferenciades: la primera és una introducció que consta de diversos estudis. Un d'ells situa la Convenció dins del conjunt de documents en els quals la UNESCO ha abordat la diversitat cultural. Un altre la contextualitza dins el dret internacional. En dos dels estudis s'analitza la rellevància de la Convenció pel que fa a la relació entre els estats i els pobles indígenes, un d'ells presenta la visió dels representants d'aquests pobles i l'altre revisa el dret internacional en relació amb els pobles indígenes i les minories. L'últim estudi de la introducció debat la prevalença o no de la Convenció respecte a altres tractats internacionals.

La segona part conté una anàlisi sistemàtica del text i de tots i cada un dels articles de la Convenció segons un patró comú: s'hi exposa el seu contingut i es discuteix mitjançant fonts tant la terminologia emprada com la formulació de preceptes o propostes d'acció i intervenció. En particular, s'estudien els principis pels quals es regeixen els seus objectius i l'àmbit en el qual s'aplica, la pertinència dels termes i la definició dels conceptes que empra, i la naturalesa i els efectes previstos de les mesures de promoció i protecció.

**SUÁREZ VILLEGAS, J. C.; CRUZ ÁLVAREZ, J. (eds.)**  
***Desafíos éticos en el periodismo digital***  
 Madrid: Editorial Dykinson, 2016, 205 pàgines.  
 ISBN: 978-84-9085-978-0



Aquesta monografia ha estat finançada pel Ministeri d'Economia i Competitivitat del Govern d'Espanya i hi han participat investigadors de la Universitat de Sevilla, la Universitat de Màlaga i la Universitat de Namur (Bèlgica). Està dividida en nou capítols. En el primer s'analitza el tsunami digital que ha modificat la dinàmica de la professió periodística, amb els seus pros i els seus contres.

Al llarg del segon, s'incideix en la relació entre persones usuàries i mitjans de comunicació i com els primers afecten les fases productives de la construcció de la notícia gràcies a les xarxes socials.

El contingut generat pels usuaris provoca el sorgiment de dilemes i de conflictes ètics, tal com s'explica al tercer capítol. Els mitjans veuen que és necessari formular noves regles per afrontar aquest nou tipus de periodisme.

Seguidament, s'analitzen les polítiques adoptades pels mitjans de comunicació pel que fa a la participació dels lectors en els mitjans digitals: ja no hi ha simples lectors, sinó usuaris que han adquirit un rol plenament actiu.

Després d'aquesta anàlisi, l'obra incorpora un cinquè capítol més reflexiu en el qual s'aborden les emocions de la premsa digital espanyola, les actituds dels professionals i els desafiaments ètics.

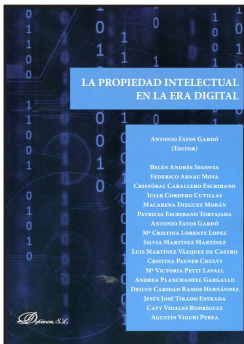
A continuació, el sisè apartat tracta sobre la utilització que el poder polític fa dels mitjans de comunicació i de quina forma això es pot veure reflectit en el periodisme digital.

El setè capítol aporta informació sobre el repertori bibliogràfic del contingut de les principals revistes acadèmiques de comunicació (2000-2015), el qual es basa en el tesaurus d'ètica periodística elaborat per Salvador Alsius i el seu equip.

Les reflexions sobre les relacions entre el periodisme, la violència contra les dones i l'entorn digital centren el vuitè capítol.

Finalment, en l'últim es proposa una reflexió sobre els canvis en el procés de comunicació produïts per l'ecosistema digital i de quina forma afecten el model de democràcia deliberativa.

**FAYOS GARDÓ, A. (ed.)**  
***La propiedad intelectual en la era digital***  
 Madrid: Dykinson, 2016, 431 pàgines.  
 ISBN: 9788490858448



*La propiedad intelectual en la era digital* s'estructura en 14 capítols, al llarg dels quals s'aborda la temàtica principal —la propietat intel·lectual— des d'òptiques diferents com el cinema, el periodisme col·laboratiu i internet, entre d'altres. L'obra pretén tractar globalment la matèria i per això compta amb la participació d'experts de disciplines tan diverses

com el dret i la comunicació. Els autors de la monografia són professors de la Universitat Jaume I de Castelló —entre els quals figura l'editor del llibre, el professor Antonio Fayos—, investigadors i professors de les universitats de València i de Burgos i de la Universitat Oberta de Catalunya, i també juristes pràctics.

Com a punt de partida, els autors presenten un estudi jurídic sobre la Llei 21/2014, de propietat intel·lectual, i en destaquen algunes llacunes jurídiques i reptes en l'era digital —sorgides principalment pel paper d'internet— que queden encara per resoldre.

Globalment, en l'obra també destaquen l'estudi que tracta la reforma de l'article 270 del Codi penal, en què s'inclou com a delictes l'activitat de les pàgines web de descàrregues, i l'anàlisi de l'impacte de la "taxa Google" en els mitjans digitals espanyols, així com l'article en què es tracta la qüestió des d'una òptica més genèrica i se'n mostra l'evolució de la regulació.

D'altra banda, el llibre recull els delictes contra la propietat intel·lectual després de la reforma del Codi penal de 2015, la responsabilitat civil per incompliment dels drets d'autor a la xarxa i els drets patrimonials d'autor i les seves limitacions, entre d'altres. L'estat de la normativa vigent als Estats Units en relació amb la propietat intel·lectual tanca el llibre.

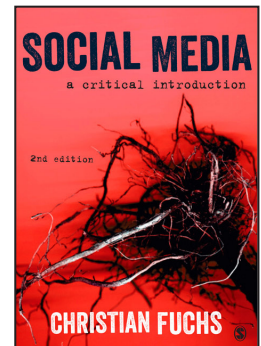
**FUCHS, CH.**  
***Social Media: A Critical Introduction***  
 Londres: SAGE, 2017.  
 ISBN: 978-1-4739-6682-6

Aquest llibre —obra de Christian Fuchs, professor de la Universitat de Westminster— pretén aportar les bases per a un coneixement crític sobre les controvèrsies i contradiccions existents en el panorama dels mitjans socials.

Per mitjà de dotze capítols, l'autor desenvolupa la qüestió sobre la base de contextos i temàtiques diversos. La primera part de l'obra està dedicada a assentar-ne les bases, i ho fa estudiant i presentant els mitjans socials des de tres grans òptiques: d'una banda, realitza una anàlisi conceptual a l'entorn del significat del terme *social* i les teories associades, així com la relació dels mitjans socials amb el *big data*; de l'altra, presenta els mitjans socials com a cultura participativa i, per acabar, tracta la qüestió des del punt de vista del poder de la comunicació.

A la segona part, sota el títol "Applications", Fuchs analitza el poder i la política econòmica dels mitjans socials i, tot seguit, presenta estudis de casos concrets. Aquest apartat està dedicat a l'anàlisi de les fortaleses i febleses de Google com a cercador, l'estudi de Facebook com a eina de vigilància en l'era d'Edward Snowden, de Twitter com a nova esfera pública, de Weibo com a xarxa social a la Xina comunista i de les plataformes de consum i treball col·laboratiu com Airbnb, Uber i Wikipedia.

El balanç de la realitat actual dels mitjans socials, les seves alternatives i les expectatives de futur clouen el llibre amb una part final que porta el títol "Futures".



CAPPELLO, M. (ed.)

***VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works?***

**Estrasburg: Observatori Europeu de l'Audiovisual, 2016. IRIS Plus 2016-3**



*VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works?* és un treball de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual coordinat per Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Christian Grece i Sophie Valais en què s'analitzen els canvis del sector audiovisual i les noves regulacions aplicades.

Distribuït en sis grans blocs, els autors obren l'estudi amb la presentació de l'actual estat de la qüestió a Europa. En aquesta primera part es tracta l'estructura del mercat audiovisual europeu, es defineixen i divideixen per temàtiques els diferents serveis sota demanda existents i s'exposa la variació del concepte *media* en la regulació. El marc legal europeu i internacional ocupa la segona part de la publicació, en la qual s'analitzen, entre altres qüestions, els efectes de la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals (AVMSD) sobre la producció i promoció d'obres europees.

La tercera part de l'estudi recull la comparativa de les regulacions dels nous serveis digitals vigents als diversos estats de la Unió Europea i l'anàlisi de les normatives nacionals de cada un d'ells. "The role of self and co-regulation" és el nucli temàtic del capítol quatre, en el qual es mostren les definicions que preveu la Directiva en matèria d'autoregulació —entesa com un "tipus d'iniciativa voluntària que permet que operadors econòmics, *social partners*, organitzacions no governamentals o associacions adoptin directrius entre si i per si"— i de coregulació —entesa com la creació d'un vincle jurídic entre l'autoregulació i el legislador "d'acord amb les tradicions jurídiques dels estats membres".

La jurisprudència i l'estat actual de la qüestió ocupen l'última part de l'estudi. S'hi analitzen les normes adoptades per determinats països europeus per tal de regular els operadors que ofereixen serveis VoD, mentre que, com a clausura, els autors presenten el procés de revisió de la Directiva (AVMSD) i la proposta de normatives en relació amb les obres europees.

Disponible a:

<<http://www.obs.coe.int/documents/205595/8351541/IRIS+plus+2016-3+VOD%2C%20platforms+and+OTT+which+promotion+obligations+for+European+works.pdf/417220bb-eed3-4d82-94ce-da818a447ae7>>