

Revista de llibres

BOUNEGRU, L.; GRAY, J.; VENTURINI, M. (EDS.)
A field guide to "Fake News" and other information disorders. A collection of recipes for those who love to cooke with digital methods
 Amsterdam: Public Data Lab, First Draft, 2017, 216 p.



El Public Data Lab i First Draft han publicat una guia que explora l'ús de mètodes digitals per estudiar les notícies falses i altres problemes informatius provocats pel nou ecosistema sociotecnològic.

La publicació és de caràcter pràctic i té un format dinàmic i visual que fa un ús extens d'icones i infografies. Pas per pas dona als lectors "receptes" per resoldre

problemes concrets mitjançant l'ús d'eines específiques i el seguiment de procediments detallats. Es tracta amb especial atenció el cas de la xarxa social Facebook.

La guia s'estructura en cinc capítols temàtics. Cada capítol compta amb una breu introducció i després s'organitza en forma de respostes a una sèrie de preguntes clau proposades. Els capítols es dediquen als temes següents: la identificació dels detonants que provoquen l'aparició i la distribució de les fake news a Facebook; l'anàlisi de les dinàmiques de circulació d'aquestes notícies a la web; l'ús de programes de cerca i seguiment (*tracker signatures*) per conèixer les estructures tecnocomercials que donen suport als llocs de notícies falses; l'estudi dels continguts generats i distribuïts pels mems polítics, així com els espais que ocupen a Facebook; i, a l'últim, la detecció de les pràctiques característiques dels trols a la xarxa Twitter.

Algunes de les respostes al problema de la desinformació a la xarxa que es dibuixen al llarg del llibre són: l'enfortiment de l'educació mediàtica, l'impuls d'iniciatives i projectes educacionals i de verificació de fets, o el desenvolupament de noves lleis, polítiques i sancions per a les empreses que no compleixin les seves obligacions. A l'últim, es presenten un apartat de conclusions generals i un glossari dels principals termes utilitzats.

Disponible a: <<http://fakenews.publicdatalab.org>.>

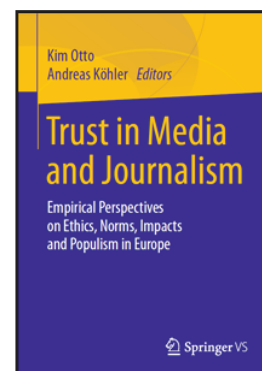
OTTO, K. I KÖHLER, A. (EDS.)
Trust in Media and Journalism. Empirical Perspectives on Ethics, Norms, Impacts and Populism in Europe.
 Wiesbaden [Alemanya]: Springer VS, 2018, 179 p.
 ISBN: 978-3-658-20764-9.

Trust in Media and Journalism presenta una perspectiva general sobre la recerca empírica al voltant de les causes, les conseqüències i els factors determinants de la desconfiança en els mitjans de comunicació i el periodisme.

El volum, editat per Kim Otto i Andreas Köhler, recull les noves perspectives, les aproximacions metodològiques i els resultats

actualitzats que emergeixen de la feina d'investigadors en comunicació i de diferents conferències internacionals. A més, aborda quatre factors que afecten el grau de confiança del públic: la confiança en el missatge, en la font i en el mitjà i també la disposició general del públic a la confiança.

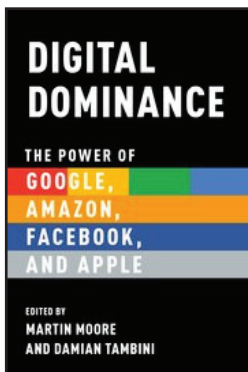
El cos de la publicació està format per tres parts: La *Part I* tracta el problema de la desconfiança des d'una perspectiva ètica i normativa. Planteja qüestions com ara què s'entén per confiança en els mitjans de comunicació, quines normes han de regir la verificació dels continguts de notícies o l'aplicació de normes periodístiques a les piulades (tweets) com a missatges informatius. La *Part II* estudia l'impacte de la crisi econòmica europea, l'ús que es fa dels mitjans i les dinàmiques habituals d'escepticisme i credibilitat de les persones en els nivells generals de desconfiança en els mitjans. A l'últim, la *Part III* aborda el tema del populisme i es pregunta com respon el periodisme a les crítiques provinents del populisme europeu de dretes o a les acusacions de biaix i mentida a les notícies.



MOORE, M.; TAMBINI, D.

Digital Dominance. The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple.

Nova York: Oxford University Press, 2018, 423 pàgines.
ISBN: 9780190845124.



El llibre de Martin Moore i Damian Tambini contribueix al debat al voltant de la regulació d'internet i les noves grans multinacionals que dominen el negoci digital.

Digital Dominance discuteix la necessitat de desenvolupar noves eines legals i conceptuals per fer front als efectes de les diverses manifestacions de poder d'aquestes firmes tecnològiques, així com al

monopoli sense precedents que exerceixen sobre les dades personals i la configuració dels fluxos d'informació i d'opinió pública.

El volum s'estructura en tres grans seccions que aborden, separadament, l'impacte econòmic, l'impacte polític i l'impacte social de l'acumulació de poder de Google, Apple, Facebook, Amazon i Microsoft, també conegudes pel seu acrònim, GAFAM. A banda de l'epígraf introductorí escrit pels autors, les tres seccions contenen un total de quinze capítols, que recullen les aportacions d'alguns dels investigadors i investigadores més influents a escala mundial dins les diverses disciplines, que comprenen els estudis crítics sobre tecnologia i societat.

Entre altres temes, es tracten l'auge de la desinformació, la manipulació mediàtica, la pèrdua de credibilitat de la informació o les noves concepcions de la diversitat mediàtica. També es tracten problemes derivats d'aquesta realitat, com els relatius a la llibertat d'expressió o d'elecció.

Vista prèvia disponible a: <<https://www.amazon.co.uk/Digital-Dominance-Google-Amazon-Facebook/dp/0190845112>>.

UMOJA NOBLE, S.

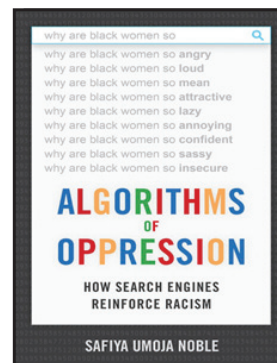
Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism.

Nova York: New York University Press, 2018, 256 pàgines.

ISBN: 9781479837243.

Algorithms of Oppression presenta una anàlisi crítica sobre el paper que juguen els motors de cerca (com ara Google) i els algorismes en la legitimació de la dominació social. A causa del tractament desigual que donen a la informació sobre les persones en funció de la seva ètnia, gènere o color de pell, i atès el seu poder per formar idees i identitats a l'imaginari social, els algorismes, afirma l'autora, reforcen relacions socials opressives, emmascaren i accentuen les desigualtats socials. Safiya Umoja denomina el conjunt d'aquestes pràctiques "discriminació tecnològica".

El volum es divideix en sis capítols al llarg dels quals s'analitzen qüestions relacionades amb les dinàmiques d'organització de la informació dels motors de cerca o amb els mecanismes possibles de protecció davant els problemes de discriminació. Es tracten amb especial atenció els casos de reforçament dels estereotips sobre les dones negres, així com de les comunitats i dels grups socials minoritaris. Mitjançant una anàlisi de contingut web i de les dinàmiques mediàtiques i de publicitat digital de pagament, el llibre investiga com es forma i es propaga el racisme a la xarxa i presenta una crítica a la suposada "neutralitat" dels processos computacionals i algorítmics lligats al fenomen de les dades massives. L'autora recalca la necessitat d'entendre el component humà dels algorismes i, per tant, de la discriminació algorítmica, atès que són les persones qui creen els seus models matemàtics. A l'últim, i partint de l'exigència de compliment dels drets humans al segle XXI, l'autora dibuixa el camí cap a un futur algorítmic ètic des d'una perspectiva de gènere.



SAMPEDRO BLANCO, V.
Dietética Digital. Para adelgazar al Gran Hermano.
 Barcelona: Icaria Editorial, 2018, 264 pàgines.
 ISBN: 978-84-9888-812-6.



El nou llibre de Víctor Sampedro té l'objectiu pràctic de servir com un manual d'autodefensa i autoajuda per fer front a la sobreabundància i la saturació d'informació a la qual ens exposa el nou entorn digital. És, per tant, un llibre que encoratja els seus lectors a adoptar actituds crítiques i a posar en pràctica estratègies personals i col·lectives per gestionar la tecnologia digital

amb més autonomia i fer-la servir en favor del bé propi i el bé comú.

El llibre s'estructura en set capítols (o "menús") que analitzen els nous problemes derivats del món digital i de la indústria tecnològica i publicitària. A més, com a complement de les reflexions més teòriques, es proposen altres llibres, pel·lícules, telesèries, llibres i una obra de teatre que serveixen com a elements inspiradors i exemplificadors dels conceptes i les idees treballades al llibre. Algunes d'aquestes obres són àmpliament conegudes, com és el cas del documental *Super Size Me*, al voltant de la qual Sampedro construeix una analogia que ajuda a comprendre la toxicitat de les televisions i les xarxes utilitzades sense control, o episodis de la sèrie *Black Mirror*, que ajuden a apropar els lectors a les incoherències i els absurds de certs aspectes del desenvolupament tecnològic actual i l'ús que en fan les persones.

Però, més enllà del llibre, *Dietética digital* és un projecte més complet, que busca contribuir a donar veu crítica als ciutadans davant la revolució tecnològica digital. Al web del projecte s'hi recullen més iniciatives desenvolupades al voltant del llibre, com ara una secció de recursos, un apartat de manual de pràctiques i materials didàctics d'altres iniciatives –un grup de treball interdisciplinari n'està elaborant de pròpies, a partir de tallers i interaccions amb els lectors del llibre. També s'ha obert un blog dins el marc del diari *Público* per debatre continguts de la secció *Dietética digital* "libre" del web del projecte.

Web del projecte disponible a: <<http://dieteticadigital.net/>>.

COMISSIÓ EUROPEA

A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation.

Luxemburg: Publications Office of the European Union, 2018, 42 pàgines.

ISBN 978-92-79-80420-5.

El gener del 2018, la Comissió Europea va posar en marxa un grup d'experts especialitzat en notícies falses i desinformació a la xarxa (*HLEG*) amb l'objectiu que assessorés la Comissió sobre iniciatives polítiques per contrarestar la difusió de totes les formes d'informació falsa, inexacta o enganyosa, dissenyada, presentada i promocionada amb la intenció de provocar danys públics o d'obtenir beneficis. El principal treball de l'HLEG va ser l'informe *A multi-dimensional approach to disinformation*, en què s'analitzen les millors pràctiques en vista dels principis fonamentals i també les respostes adequades derivades d'aquests principis.



L'HLEG alerta la Comissió contra les respostes simplistes i recomana una aproximació multidimensional, que es concreta en una sèrie de propostes a curt termini als problemes més urgents, des de l'àmbit de l'autoregulació, i d'altres a llarg termini per augmentar la capacitat de resistència social a la desinformació, així com elaborar un marc per garantir que l'eficàcia d'aquestes respostes s'avalua contínuament, mentre es desenvolupen noves respostes basades en l'evidència. Aquestes mesures s'adeqüen als principis fonamentals de llibertat d'expressió, llibertat de premsa i pluralisme, i volen: millorar la transparència de les notícies en línia d'una manera compatible amb la privadesa de dades; promoure l'educació mediàtica i la comunicació per combatre la desinformació i ajudar els usuaris a navegar pel medi digital; desenvolupar eines per capacitar els usuaris i els periodistes per fer front a la desinformació i fomentar un compromís positiu amb les tecnologies de la informació, en ràpida evolució; salvaguardar la diversitat i la sostenibilitat de l'ecosistema de mitjans de comunicació europeus, i promoure la investigació contínua sobre l'impacte de la desinformació a Europa per tal d'avaluar les mesures adoptades i ajustar constantment les respostes necessàries.

Disponible a: <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>>.

MALLO MONTOTO, D.

La difusión en Internet de contenidos sujetos al derecho de autor.

Madrid: Reus Editorial, Fundación AISGE, 2018, 405 p.
ISBN: 978-84-290-2025-0.



La difusión en Internet de contenidos sujetos al derecho de autor sorgeix de la tesi de l'advocat i doctor en Dret David Mallo Montoto i s'inscriu en la Colección de Propiedad Intelectual de l'Editorial Reus. La monografia estudia l'evolució del dret d'autor dins el nou escenari sociotecnològic, marcat pels canvis que hi suposa la irrupció d'internet.

El potencial nou mercat global i la difusió d'obres subjectes als drets d'autor mitjançant la xarxa i en diferents formats digitals obliguen a canviar el model clàssic del dret d'autor, marcat per la reproducció tradicional de les obres en suports analògics. L'obra fa una revisió de la producció acadèmica i la jurisprudència nacional, comunitària i internacional en relació amb aquesta temàtica, amb especial atenció a les resolucions del Tribunal de Justícia de la Unió Europea.

A banda del pròleg, escrit pel doctor Luis Antonio Anguita, la monografia s'estructura en tres grans capítols. Partint d'una anàlisi dels antecedents del dret de propietat intel·lectual, el primer capítol ofereix a qui el llegeix una anàlisi històrica dels drets d'autor i el copyright, que recull la situació d'aquest dret en l'època contemporània i contextualitza l'actual revolució digital. El segon capítol estudia el dret d'autor a internet. El capítol tracta assumptes generals relatius al dret, com ara el sentit i la terminologia del terme, i defineix assumptes relatius a l'autor o autora, a l'obra en qüestió. Més endavant aborda la teoria del dret d'autor, els drets morals del dret d'autor i els drets exclusius del contingut patrimonial (reproducció, distribució, comunicació pública, posada a disposició interactiva i dret de transformació de les obres). També parla sobre altres aspectes del dret d'autor, com ara els límits als drets patrimonials en l'àmbit digital o els *Creative Commons*, i sobre els drets d'explotació als programes d'ordinador. L'últim capítol se centra en la divulgació de l'obra a la xarxa per distribuir-la, ja sigui en format físic o digital. L'autor dedica el tercer apartat d'aquest capítol a parlar de diferents mètodes d'explotació digital de les obres, com ara l'*uploading*, el *downloading*, l'*streaming*, el *browsing* i el *cloud computing*. Per tancar el llibre, el tercer capítol conclou amb un estudi de les mesures tecnològiques de protecció i la informació per a la gestió de drets de propietat intel·lectual.

CADENA SER

En Antena. Libro de estilo del periodismo oral.

Barcelona: Taurus, 2017, 394 pàgines.
ISBN: 978-84-306-1904-7.



El llibre d'estil de la Cadena SER es divideix en dues parts ben diferenciades, que consisteixen en un manual i un diccionari. El manual s'estructura en sis punts. El primer descriu principis generals aplicables a totes les emissores de Prisa Radio espanyoles i americanes, com a elements unificadors dels comportaments deontològics i professionals dels seus periodistes.

El segon apartat es dedica a les normes generals de gravació, locució i emissió, on es recullen directrius sobre el llenguatge radiofònic, els efectes sonors, la narració, el ritme o l'actitud del locutor o locutora. El tercer s'encarrega de les qüestions relatives a la redacció i l'edició de notícies a internet. El quart es concentra en la part del llenguatge i aborda el vocabulari, el llenguatge tecnicocientífic o comú o aspectes formals d'ortografia i gramàtica. El cinquè tracta sobre els diferents gèneres radiofònics i, a l'últim, el sisè, sobre els formats dels programes emesos.

D'altra banda, la segona part del llibre inclou, a més del diccionari de termes per ordre alfabètic, una sèrie de criteris generals en relació amb l'estil utilitzat: tecnicismes, topònims, ús de la cursiva, etc. Tot seguit, mostra alguns errors que es produeixen de manera molt freqüent als mitjans de comunicació i que s'han de corregir.

A més, el llibre conté un apartat de presentació, a càrrec d'Antonio Hernández-Rodicio, un pròleg, escrit per Vicente Jiménez Navas, un preàmbul, d'Augusto Delkàder, i una introducció, d'Álex Grijelmo. Al final del llibre s'hi inclouen tres apartats annexos, que presenten una recopilació de les opinions de coneguts comunicadors de la Cadena SER, una guia de pronunciació de noms en altres idiomes i un capítol dedicat a l'ús de comptes corporatius a xarxes socials.