

Revista de llibres

IRETON, C.; POSETTI, J.

Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo.

París: UNESCO, 2018. 128 pàgines.

ISBN: 9789233001312



La UNESCO publica aquest llibre per promoure internacionalment l'intercanvi de bones pràctiques en educació periodística. Forma part de la Iniciativa mundial per a l'excel·lència en l'ensenyament del periodisme, sota el paraigua del Programa internacional per al desenvolupament de la comunicació (PIDC). El manual vol esdevenir un model internacional de pla d'estudis

que respongui al problema global i emergent de la desinformació.

El manual està estructurat en set mòduls de contingut. El primer destaca el valor de la veritat i del periodisme per si mateixos, el segon repassa els diferents formats i estructures de la desinformació i el tercer posa el focus en les transformacions de la indústria de la informació en el context digital. Seguidament, s'aborda la qüestió de l'alfabetització mediàtica internacional (AMI) i es dedica un capítol a la comprovació de dades i fets. Finalment, s'estudia la verificació específicament en xarxes socials i els atacs en línia a periodistes. Els continguts són contextuals, teòrics i, sobretot en l'àmbit de la verificació en línia, amb aportacions pràctiques. Així mateix, es poden agrupar els mòduls en un curs, utilitzar-los de manera independent o crear noves ofertes barrejant-los amb altres continguts.

Amb tot, el llibre recull un conjunt de lliçons de figures principals de la investigació i del pensament del periodisme internacional que se centren en com actualitzar el mètode i la pràctica periodística per combatre la desinformació. El manual s'adreça tant al professorat com a les persones que fan formació en periodisme i també serveix com a guia útil per a periodistes en actiu.

Aquesta publicació representa la continuació de les aportacions de la UNESCO sobre l'educació en periodisme, després de Pla model d'estudis per a l'ensenyament del periodisme (2013) i Ensenyament del periodisme per al desenvolupament sostenible. nous plans d'estudi (2015).

Disponible [aquí](#).

ADRIA, M.

Using new media for citizen engagement and participation.

Alberta (Canadà): IGI Global, 2019. 347 pàgines.

ISBN: 9781799818281

En aquesta publicació, Marco Adria estudia les noves possibilitats dels fils de discussió pública de les xarxes socials, i com es poden relacionar amb els temes que afecten la ciutadania. Adria parteix de la idea que els mètodes utilitzats per aconseguir implicació pública mitjançant les noves eines comunicatives plantegen dubtes d'aplicabilitat. El llibre reflexiona sobre com transportar aquests mètodes correctament per assolir finalitats estratègiques.



Using new media for citizen engagement and participation repassa la recerca emergent sobre com incorporar adequadament les xarxes socials a les activitats d'implicació i rellevància pública, tant des d'una perspectiva teòrica com des del vessant pràctic. Aquestes activitats poden ser la participació ciutadana, la deliberació pública o els jurats populars. El llibre pretén aportar algunes claus per al disseny d'iniciatives participatives en totes les seves fases, des de la planificació fins a l'execució i l'avaluació.

Al llarg dels quinze capítols del llibre, es tracten fenòmens concrets que interseccionen amb àmbits molt amplis i diferenciats de recerca, sempre al voltant del periodisme ciutadà, l'activisme en línia o el discurs públic. Per exemple, el primer capítol analitza el treball de plataforma —com Uber o Deliveroo— i el seu potencial participatiu, mentre que el segon parla de l'activació ciutadana en temes mediambientals locals arran de la conjunció entre mitjans en línia i *offline*. També es tracten, entre d'altres, els riscos i els potencials de combinar diferents canals de participació democràtica o el paper de les xarxes socials en la salut pública partint de l'exemple dels moviments antivacunes. Un dels apartats es dedica a la creixent tasca de “guardià” (*gatekeeper*) de la informació que fan directament les persones usuàries en alguns temes on els mitjans tradicionals tenen un paper més absent, com ara el debat sobre els transgènics.

GUTIÉRREZ-RUBÍ, A.; PONT SORRIBES, C. (COORD.).
Comunicación política en tiempos de coronavirus.
 Barcelona, Càtedra Ideograma-UPF de Comunicació
 Política i Democràcia. Abril de 2020. 169 pàgines.
 ISBN: 9798637554812



La Càtedra Ideograma-UPF, referència en l'estudi de la comunicació política que combina la perspectiva acadèmica amb l'empresarial, publica enmig de la crisi de la COVID-19 un recull de reflexions sobre l'impacte de la pandèmia en aquest àmbit. El llibre conté vint-i-sis textos d'experts en la matèria, com ara professorat universitari o persones del sector de la consultoria i del periodisme especialitzat en comunicació política, i parteix d'una perspectiva espanyola però també llatinoamericana.

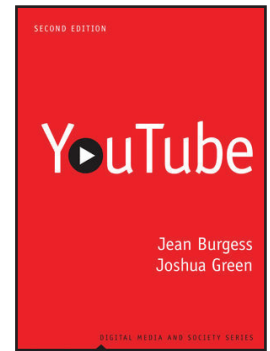
Els editors de la publicació defensen que la crisi del coronavirus està condicionada a escala global per l'acceleració i la sobreabundància informativa, de manera que es fa adient un replantejament dels models de comunicació institucional. Amb tot, la necessitat d'una comunicació clara és clau en la gestió d'aquesta crisi. Així doncs, s'inclouen propostes per a la comunicació de governs, recomanacions per a les compareixences polítiques davant dels mitjans, exemples de gestions informatives rellevants i models de bona gestió de les xarxes socials.

Un dels eixos que tracta són les necessitats de la comunicació de crisi, la importància de la reputació i el paper de la persona portaveu. En aquesta línia, també hi ha una aportació al voltant del framing en les crisis. A més, s'estudien alguns casos particulars en la reacció dels Estats i les regions, com a "El caso de Italia: lecciones globales desde el epicentro de Europa", "Coronaboris" i "La doble crisis de África" o a la comparació entre líders populistes de "Bolsonaro, Trump, AMLO y Johnson, el liderazgo negligente". Es presenten també impactes en les campanyes electorals, en el rol dels mitjans de comunicació tradicionals o en la infodèmia, l'excés d'informació. Un altre apartat se centra en el paper de les xarxes socials, com l'estudi del confinament influencer. Finalment, un bloc d'articles agafa una perspectiva més teòrica per referir-se a aspectes com la transformació del treball, les crisis en la societat del coneixement o la frontera entre allò global i allò nacional.

Disponible [aquí](#).

BURGESS, J.; GREEN, J.
YouTube: online video and participatory culture.
 Cambridge: Polity Press editions. Digital media and
 society Series. 2018. Segona edició. 180 pàgines.
 ISBN: 9780745660189

Polity Press ha publicat la segona edició d'aquest llibre, després que el 2009 es publicqués una primera investigació sistemàtica dels impactes culturals i polítics de YouTube. Amb un focus especial en les tensions entre la seva lògica comercial i la dinàmica de comunitat amateur, el llibre explora en sis capítols com ha evolucionat el portal al llarg d'aquesta dècada, i remarca les transformacions en model de negoci, interfície, opcions, rol cultural i regulació de contingut que l'han portat a ser una de les plataformes més poderoses del món digital. Amb tot, aprofiten per revisar algunes de les previsions i conclusions expressades en la primera edició, incorporant noves perspectives teòriques.



Burgess i Green posen èmfasi en la tesi que el *core bussiness*, és a dir, l'activitat essencial, de YouTube és la cultura participativa, ja que la seva lògica d'obertura, comunitat i autenticitat està integrada a la plataforma en tots els nivells. Tanmateix, l'evolució de les polítiques comercials entra en algunes contradiccions amb aquesta cultura, una situació dominada pel que els autors anomenen *lògica dual*. La constitució del model de negoci ha hagut de coordinar els interessos dels creadors de contingut, de les audiències i dels anunciants per extreure'n valor, i a aquests equilibris s'hi ha sumat l'emergent competència de noves xarxes socials i plataformes de vídeos a la carta. Al mateix temps, nous gèneres audiovisuals i culturals han emergit, com ara el *vlogging*, les retransmissions *gamer* o els *unboxing*, que han portat també noves identitats professionals i nous reptes en la governança de les plataformes.

Finalment, el llibre inclou també dos textos de Henry Jenkins i John Hartley que intenten anar més enllà del moment contemporani de YouTube. Els assajos finals apunten els reptes i oportunitats que aquesta xarxa representa per a algunes de les principals preocupacions dels estudis culturals i de comunicació audiovisual.

Previsualització disponible [aquí](#).

JACKSON, S.; BAILEY, M.; FOUCAULT WELLES, B.
#Hashtag activism. Networks of race and gender justice.
 Cambridge, Massachusetts i Londres: The MIT Press,
 2020. 296 pàgines.
 ISBN: 9780262043373



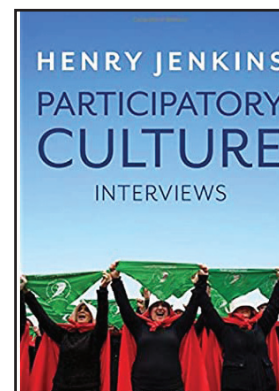
El focus d'aquesta publicació és l'ús emancipador de Twitter per part de comunitats polítiques en situació d'opressió. La publicació pretén reflectir les dinàmiques tuitaires amb què grups socials consoliden narratives contrahegemòniques, anticipen canvis polítics i construeixen xarxes de diversitat i dissens.

Les autores situen en les eleccions iranianes del 2011 —i en l'etiqueta #IranElection— un punt d'inflexió en el poder de l'activisme tuitaire, ja que va suposar una eina d'organització per la protesta davant d'una audiència global. A partir d'aquí, estudien com s'han usat etiquetes com #JusticeForTrayvon, #BlackLivesMatter, #YesAllWomen o #MeToo per promoure, comunicar i mobilitzar, i exploren per què Twitter ha esdevingut una eina important per a sectors en situació d'exclusió, com les persones negres d'Estats Units, les dones i les persones transgènere. Les dinàmiques de Twitter, segons les autores, han servit d'altaveu per a narratives que estaven excloses dels espais mediàtics d'elit.

Concretament, s'estudia el paper de les etiquetes #MeToo, #SurvivorPrivilege i #WhyIStayed en la transformació de la percepció social de la violència masclista, les veus del feminisme negre amplificades a través de #FastTailedGirls, #YouOKSis i #SayHerName i la xarxa de dones transgènere establerta a partir de #GirlsLikeUs. A banda d'això, analitzen la petjada digital del nou moviment pels drets civils i com s'ha anat configurant la resposta a la violència policial contra les persones negres amb #BlackLivesMatter, així com la seva narrativa i la construcció d'estratègies al seu voltant. Per acabar, es fa una mirada a les etiquetes creades des de la posició d'aliat en aquestes lluites, com #AllMenCan o #CrimingWhileWhite.

Disponible [aquí](#).

JENKINS, H.
Participatory culture: interviews.
 Cambridge i Massachusetts: Polity Press, 2019. 240
 pàgines.
 ISBN: 9781509538461



Henry Jenkins és un referent internacional en narrativa transmèdia i cultura participativa. La seva última obra recull entrevistes que l'autor ha realitzat a pensadores i pensadors dels àmbits de la comunicació, l'educació i la política i que des del 2006 fins al 2017 ha recopilat al seu bloc Confessions of an Aca-Fan (paraula que combina els termes acadèmic i fan).

L'obra està estructurada en tres parts. Totes tres obren amb una introducció de Jenkins, seguida d'entrevistes, i es completen amb propostes de lectura relacionada d'interès. La primera part se centra en la cultura participativa i conté les reflexions de la Wu Ming Foundation, hereva del moviment Luther Blisset sobre la revolució cultural i l'escriptura col·lectiva. A continuació trobem una entrevista al sociòleg i teòric de la comunicació David Gauntlett sobre la creativitat en l'era digital. Tanca aquesta part una conversa de 2014 amb Ethan Zuckerman, director del Center for Civic Media del Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Jenkins dedica la segona part del llibre a l'educació participativa, i inclou entrevistes als principals investigadors del projecte de recerca Digital Youth Project, de la MacArthur Foundation; a Sonia Livingstone, referent en alfabetització mediàtica i catedràtica de la London School of Economics (LSE), i a l'expert en interaccions entre la cultura juvenil i l'era digital S. Craig Watkins, en un intercanvi d'idees sobre la idea de Facebook com una comunitat privada. Les dues últimes entrevistes aborden el tema de l'educació, els videojocs i els mitjans, amb els experts James Paul Gee i Antero Garcia.

A l'última part, dedicada a la política participativa, Jenkins reflexiona sobre la creació de disconformitat amb l'expert en activisme polític i mitjans Stephen Duncombe; sobre la vida política de la joventut negra amb la politòloga Cathy J. Cohen; sobre l'activisme transmèdia amb Lina Srivastava, fundadora del Creative Impact and Experience Lab (CIEL), i sobre la cultura del remix de gèneres amb el crític Jonathan McIntosh. Tanca aquesta darrera part una conversa sobre documentals amb William Uricchio, cofundador amb Jenkins del programa Comparative Media Studies ("Estudis comparatius de mitjans") del MIT.

Disponible [aquí](#).