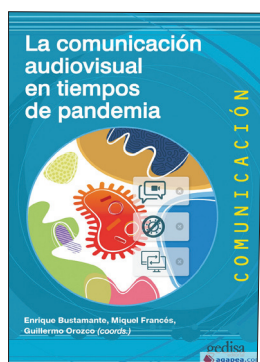


## Revista de llibres

**BUSTAMANTE, E.; FRANCÉS, M. i OROZCO, G. (coord.)**  
***La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia***  
 Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 440 pàgines.  
 ISBN: 9788418525681



Enrique Bustamante ha deixat un valuós llegat i un buit enorme després de la seva mort aquest 2021. La seva darrera obra, que va coordinar juntament amb Miquel Francés i Guillermo Orozco, reflexiona sobre el paper dels mitjans de comunicació audiovisuals en el seguiment i la retransmissió d'un esdeveniment que va trastocar la vida social global el

2020: la pandèmia de la Covid-19. La publicació pretén posar en relleu l'abast, les oportunitats i els reptes als quals s'enfronta el sistema mediàtic per comunicar i informar de manera acurada i ètica a la ciutadania.

El llibre aplega les comunicacions presentades a la trobada internacional de TVmorfosisCONTD, que va tenir lloc a la Universitat de València a finals d'octubre del 2020. Amb pròleg d'Enrique Bustamante, el llibre analitza els temes següents: l'accés a una informació rigorosa i contrastada, els riscos de la "infodèmia" i la situació dels mitjans en el període postpandèmia, la importància dels mitjans i els models de comunicació pública, el tractament mediàtic dels col·lectius socials més vulnerables, la divulgació científica i cultural a la pandèmia, la crisi i els models de comunicació pública, els continguts dels informatius i la rellevància de les tecnologies de la comunicació a través de les xarxes.

Per acabar, el llibre presenta un apartat final d'experiències de bones conductes en el marc de la multidifusió digital de continguts audiovisuals que va més enllà de l'espai televisiu generalista, amb un èmfasi especial en els continguts de proximitat.

Disponible [aquí](#).

**MACHARIA, S. (ed.)**  
***Who Makes the News. 6th Global Media Monitoring Project. Final report***  
 WACC, 2021. 166 pàgines.  
 ISBN: 978-1-7778038-0-3



El Global Media Monitoring Project (GMMP), per iniciativa de la WACC, publica el seu sisè informe sobre la presència i la representació de les dones als mitjans informatius del món. Amb un focus especial en la crisi de salut mundial per la Covid-19 i les desigualtats augmentades que acompanyen aquesta circumstància, la investigació en aquesta sisena edició onada ofereix una anàlisi sobre la representació de gènere en la cobertura dels mitjans durant una catàstrofe global i remarca l'augment del consum televisiu i dels continguts digitals, així com l'enlairament definitiu de les plataformes de vídeo sota demanda i l'accés majoritari de la premsa escrita a través de les seves pàgines web. També, i per primera vegada, l'informe inclou dades i anàlisis sobre els rols que tenen a les notícies els pobles originaris, les persones amb discapacitat, els grups discriminats per la seva ètnia i les persones adultes. Per primer cop, també analitza la representació de persones de més de 80 anys.

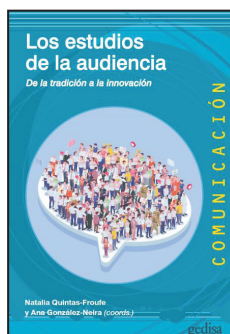
El GMMP 2020 s'ha implementat en 116 països i cobreix més de 30.000 peces publicades a premsa, televisió, ràdio, mitjans digitals i Twitter. L'estudi constata un panorama mixt de progrés, estancament i regressió en el biaix de gènere i els estereotips en les notícies i altres continguts, en què les dones són protagonistes només en el 25% de les informacions. L'informe reitera, una vegada més, la necessitat de tenir en compte els aspectes socials, legals, culturals i laborals per millorar la representativitat i el tractament de les dones en els mitjans de comunicació.

A més del text amb les dades mundials, el GMMP elabora informes específics per regions, com ara Europa o Llatinoamèrica, i també per països.

Disponible [aquí](#).

Informe sobre Espanya [aquí](#).

**QUINTAS FROUFE, N.; GONZÁLEZ NEIRA, A. (COORD.).**  
***Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación***  
Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 264 pàgines.  
ISBN: 9798637554812



En aquesta publicació, Natalia Quintas Froufe i Ana González Neira recullen el coneixement, la reflexió i l'anàlisi de l'evolució de les audiències en un ecosistema mediàtic tan canviant com l'actual. S'ha elaborat en col·laboració amb l'Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació (AE-IC).

El llibre ofereix en deu capítols una aproximació teòrica al concepte d'audiència, la seva evolució històrica, les principals metodologies de recerca, tant quantitatives com qualitatives, i una anàlisi dels sistemes actuals de mesurament de les audiències en els diferents mitjans comunicatius: televisió, ràdio, premsa i digital. El llibre s'insereix en el marc d'una societat comunicativa en què l'audiència deixa en part el seu rol passiu i esdevé activa (o, com indica Guillermo Orozco en la introducció, hiperactiva) davant les pantalles i els mitjans, i en què la normativa de protecció de dades atorga a l'audiència el poder de donar o no el consentiment exprés per utilitzar les seves dades.

L'obra incorpora les contribucions d'Amparo Huertas (teories i maneres de pensar les audiències); Juan José Igartua (estudi quantitatiu de la recepció); Javier Callejo (metodologies d'investigació); Lorena Gómez-Puertas, Mònica Figueras-Maz i Iolanda Tortajada (fenomen fans i participació de les audiències); Luis Miguel Pedrero Esteban i José María Legorburu Hortelano (reptes del mesurament d'audiències de ràdio i àudio); Ana González-Neira, Eduardo Madinaveitia i Natalia Quintas-Froufe (mitjans impresos i poder de l'audiència); Ana Isabel Rodríguez-Vázquez (audiència televisiva i *total content rating*); Luis Deltell Escolar (audiència cinematogràfica); Natalia Papí-Gálvez i Marta Perlado-Lamo de Espinosa (mesurament d'audiències a Internet), i finalment, tanquen el llibre Vanessa Rodríguez-Breijo i Jorge Gallardo-Camacho amb el capítol dedicat als reptes dels estudis d'audiència en l'època digital i la cultura de la convergència.

Disponible [aquí](#).

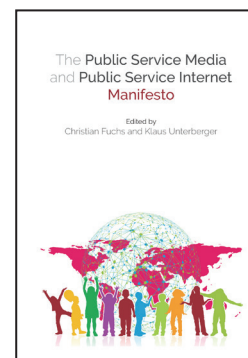
**FUCHS, C.; UNTERBERGER, K. (ED.)**  
***The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto***  
Londres: University of Westminster Press, 2021. 135 pàgines. ISBN: 9781914386299

University of Westminster Press publica aquest llibre després d'un procés de debat i treball col·lectiu entre experts i professionals de la comunicació que demana — davant els atacs dels mitjans de comunicació públics, el creixement de les notícies falses en línia i l'evolució de la cultura de la postveritat— la defensa de l'existència, el finançament i la independència dels mitjans públics de comunicació, així com la creació d'un servei públic d'Internet.

L'edició recull el Manifest sobre mitjans públics i el servei públic a Internet i els materials que van donar lloc a la seva creació: l'informe de Christian Fuchs sobre els resultats de l'enquesta de mitjans de servei públic, la versió escrita de la xerrada en línia que Graham Murdock va fer sobre el paper dels mitjans públics en períodes crítics: la connectivitat, la crisi climàtica i la crisi de la Covid-19; i un resum d'una discussió d'eComitee platform sobre els fonaments del Manifest: mitjans públics, Internet i el futur de les comunicacions.

Amb tot, el Manifest posa l'accent en el valor dels mitjans públics i la creació d'un servei públic d'Internet per al futur de la societat com a alternatives sense ànim de lucre als gegants digitals.

Disponible [aquí](#).



JACKSON, D. ET AL. (ED.)

***Olympic and Paralympic Analysis 2020: Mega events, media, and the politics of sport***

Austin (EUA): Center for Sports Communication. Setembre 2021. ISBN: 9781910042335



El Centre de Comunicació i Mitjans Esportius publica aquest informe en què s'analitzen els Jocs Olímpics i Paralímpics de Tòquio 2020 des de l'avantguarda dels estudis de comunicació i mitjans de l'esport. La publicació vol esdevenir un recull dels pensaments, les reflexions i els coneixements immediats des d'una àmplia gamma d'influències

disciplinàries: els mitjans, els estudis de comunicació, els estudis culturals, la sociologia, les ciències polítiques i la psicologia.

La recerca ha comptat amb el suport de l'Associació Internacional de Comunicació i de l'Associació Internacional d'Estudis en Comunicació Social (IAMCR/AIECS), els membres de les quals han participat en la seva elaboració. L'informe, realitzat per persones expertes de l'àmbit acadèmic de tot el món, s'estructura en cinc seccions de contingut. El primer bloc analitza aspectes diversos dels Jocs Olímpics com a gran esdeveniment, amb discussions sobre el seu impacte, així com les preocupacions logístiques de l'organització a Tòquio en particular; el segon se centra en la cobertura i la representació dels mitjans, amb contribucions sobre identitat, gènere i estereotips, entre d'altres; el tercer i el quart capítol posen el focus en el rendiment atlètic i en la identitat dels i les esportistes. Seguidament, s'estudien les diverses formes de *fandom* i identitat nacional que generen les Olimpíades tant pel que fa al país que organitza l'esdeveniment com també als altres països que hi competeixen. Finalment, s'aborda la relació de la política amb l'esport amb la finalitat d'avaluar els factors polítics externs que poden incidir en l'organització d'uns Jocs Olímpics.

Disponible [aquí](#).

SVENSON, J.

***Wizards of the Web: An Outsider's Journey into Tech Culture, Programmins, and Mathemagics***

Suècia: Nordicom, 2021. 172 pàgines. ISBN: 9789188855527



En aquest llibre, Jakob Svensson estudia els aspectes humans i culturals dels programadors i programadores que estan al centre d'un escenari social en què els algoritmes i els sistemes automatitzats exerceixen cada vegada més poder en les societats de dades connectades.

Svensson parteix de la idea que cal comprendre les persones que hi ha darrere les pantalles per entendre les relacions canviants de poder a les societats copsades per dades, mitjans digitals i sistemes automatitzats. En aquest sentit, la publicació aborda les regles, els ideals, els valors i la imaginació que guien els i les professionals de la programació en el seu treball. L'estudi empíric i acadèmic es basa en entrevistes amb professionals de l'enginyeria i de la programació, en observacions realitzades en seus centrals i conferències tecnològiques a Dinamarca, Suècia, el Brasil, Alemanya, l'Índia i els Estats Units d'Amèrica, i en un estudi de cas sobre la introducció de l'automatització algorítmica a la portada d'un diari escandinau.

Disponible [aquí](#).