

Revista de llibres

AZUNGUI DRALEGA, C. I NAPIKOL, A. (eds.)

Health Crises and Media Discourses in Sub-Saharan Africa

Nova York: Springer Cham. 283 pàgines.

ISBN: 9783030951009

DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-95100-9>



Health Crises and Media Discourses in Sub-Saharan Africa és un llibre d'accés obert que parteix de crisis sanitàries ocorregudes a l'Àfrica subsahariana abans de la Covid-19 (Ebola, VIH/SIDA, còlera, malària i fins i tot els problemes de salut mental). De tota manera, la Covid-19, que és el nucli del llibre, es descriu com una situació excepcional. La

declaració, el gener del 2020, d'emergència sanitària d'interès internacional per part de l'Organització Mundial de la Salut (OMS) va comportar que tots els governs del món haguessin d'aplicar mesures excepcionals, inclòs el sector dels mitjans i la comunicació. I l'Àfrica subsahariana no en va ser una excepció, si bé va haver d'afrontar unes peculiaritats que altres països i regions no patien.

A partir d'aquí, el llibre ofereix una visió polièdrica sobre els canvis i les resistències que ha hagut d'afrontar la comunicació de les crisis sanitàries al continent, tant des d'un punt de vista polític, econòmic, legal i tecnològic, com sociocultural. Així, s'hi exploren qüestions com les polítiques de salut pública, la infodèmia, la viabilitat econòmica dels mitjans afectats, les amenaces a periodistes i la marginació social, entre d'altres.

Els setze capítols del llibre donen compte dels buits que ha calgut afrontar, de les principals innovacions que ha comportat la crisi de la Covid-19 a la regió, així com de les complexitats que envolten l'ecosistema mediàtic subsaharià en temps de crisi sanitària extrema. La publicació és editada per les professores Carol Azungi Dralega (University College, Noruega) i Angella Napakol (Uganda Christian University).

Disponible [aquí](#).

MARTÍNEZ PASTOR, E I BLANCO-RUIZ, M. (coord.)

Menores y medios sociales: miradas desde la educación, la creación y el consumo mediático

Madrid: Fragua, 2022. 244 pàgines.

ISBN: 9788470749667



El llibre *Menores y medios sociales: miradas desde la educación, la creación y el consumo mediático* estudia la problemàtica de la publicitat feta per i per a menors d'edat a les xarxes.

Els hàbits de consum dels infants i els adolescents han canviat respecte de dècades passades i s'ha establert per la via dels fets un nou paradigma de comunicació.

La figura de l'*influencer* fa temps que genera unes formes noves de comunicació entre persona creadora de continguts i persones usuàries, a través de missatges, posts i/o vídeos. Aquest fenomen ha propiciat l'emergència de nous models de negoci i, en alguns casos, la professionalització dels *influencers* menors d'edat. A partir d'aquí, marques i agències de publicitat han desenvolupat una nova línia per fer arribar els seus missatges publicitaris a aquest públic, molt més delimitada i eficient. Perquè aquesta figura nova no solament prescriu sobre gustos i modes, sinó també quant a consum.

Davant aquesta situació, el llibre coordinat per Martínez Pastor i Blanco-Ruiz, professores de la Universidad Rey Juan Carlos i Carlos III, respectivament, fa una anàlisi crítica d'aquesta nova dinàmica. Sense caure en una visió apocalíptica, sí que llança un senyal d'alerta sobre la necessitat d'actualitzar la protecció dels menors d'edat en relació amb les noves formes de creació i consum digital i, de manera més genèrica, en aquest nou àmbit emergent.

Disponible [aquí](#).

TRAPPEL, J. I TOMAZ, T. (eds.)

Success and Failure in News Media Performance. Comparative Analysis in The Media for Democracy Monitor 2021

Göteborg: Nordicom, 2022. 360 pàgines.
ISBN: 9188855589.



El Media for Democracy Monitor (MDM) de l'institut suec Nordicom avalua el rendiment dels principals mitjans de comunicació a les democràcies madures. La seva metodologia se centra en tres dimensions bàsiques: llibertat, igualtat i control. En un projecte d'investigació diacrònic i a gran escala durant 15 anys, equips

acadèmics d'arreu del món liderats per Nordicom van avaluar l'output social dels principals mitjans de comunicació a partir de 30 indicadors rellevants.

A partir d'aquí, quin impacte, en el sentit positiu del terme, aporten els principals mitjans de comunicació per donar suport a les democràcies contemporànies? Nordicom va publicar informes individuals per països en dos volums el 2021. Aquest tercer i darrer volum se centra en els resultats horitzontals de 18 països d'arreu del món. En 16 capítols, una trentena d'autors examinen els èxits i els fracassos de l'actuació dels principals mitjans de comunicació.

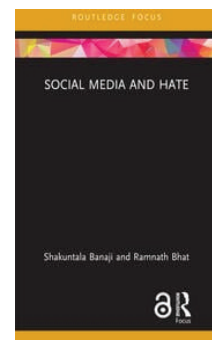
En aquest sentit, hi predominen reptes de fons, com ara les desigualtats de gènere en l'àmbit informatiu, un alt nivell de concentració de la propietat i les greus conseqüències provocades per l'augment de la mercantilització de les notícies. A més, nous reptes, com les amenaces als periodistes, la desinformació i l'erosió dels recursos per al periodisme d'investigació, caracteritzen l'estat de l'art dels principals mitjans de comunicació

Disponible [aquí](#).

BANAJI, S. I BHAT, R.

Social Media and Hate

Londres: Routledge, 2021. 140 pàgines.
ISBN: 9780367537272



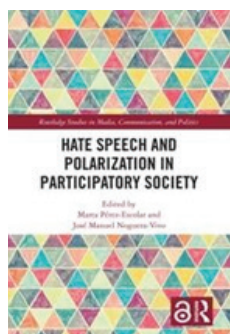
Social Media and Hate és un estudi sobre la relació que hi ha entre la desinformació i l'odi a les xarxes socials en la societat contemporània. Aquest assaig sosté que, en determinats contextos, les xarxes socials com Facebook, TikTok, ShareChat, Instagram i WhatsApp generen discriminació i fins i tot violència

extrema contra certs col·lectius. En una primera part teòrica del llibre, els arguments són fonamentats a partir d'una avaluació metodològica crítica d'estudis quantitius i qualitius previs sobre les pràctiques i les conseqüències de l'odi i el sectarisme. La part pràctica aporta quatre estudis de cas sobre l'odi a les xarxes socials i els seus efectes en determinats grups presents a l'Índia, Brasil, Myanmar i el Regne Unit. En aquests casos, aparentment dispars, es posen en relleu les similituds en l'estratègia de comunicació, usos tècnics i ideologies de les campanyes d'odi contra col·lectius: persones d'origen africà i asiàtic, les comunitats indígenes, els musulmans, els dalits (pàries en el sistema de castes), els rohingyes, les persones migrants, les feministes, les comunitats LGTBI o la població dissident en general. Davant l'odi sistemàtic contra aquests col·lectius vulnerables, el llibre reclama una resposta política coordinada, que faci extrapolable l'expertesa i el *know-how* desplegat en cada cas.

La metodologia emprada en el llibre és mixta, és a dir, mitjançant entrevistes d'experts i grups focals. I el seu valor intrínsec és la interdisciplinarietat, ja que conté aportacions des dels estudis culturals, la psicologia comunitària, les ciències de l'educació, el periodisme, els estudis de mitjans, les ciències polítiques, l'antropologia social, la psicologia social i la sociologia.

Disponible [aquí](#).

PÉREZ-ESCOLAR, M. I NOGUERA-VIVO, J. M. (eds.)
Hate Speech and Polarization in Participatory Society
 Londres: Routledge, 2021. 278 pàgines.
 ISBN: 9781003109891



Hate Speech and Polarization in Participatory Society és una recerca coral sobre el rol dels mitjans de comunicació i les plataformes digitals en la construcció del discurs d'odi i la polarització ideològica.

El llibre desplega una anàlisi semàntica dels significats, les implicacions i els contextos del discurs extremista i dels grups tancats que el generen.

Com a resultat, descriu de manera detallada els efectes d'aquest fenomen que posa en risc la convivència. Així, els 16 capítols que configuren l'obra analitzen metàfores, fraseologia i retòriques enganyoses presents i recurrents en diferents casos pràctics. L'objectiu del llibre és desactivar l'efecte perjudicial d'aquestes pràctiques negatives per a la societat.

El plantejament pluridisciplinari de l'obra permet la participació de persones col·laboradores expertes, que examinen les diferents formes d'odi que apareixen tant als mitjans tradicionals com a les xarxes i les plataformes digitals. Els continguts dins de l'univers d'estudi són els informatius dels grans grups de comunicació, la ficció i les xarxes socials en una gran varietat de contextos.

Disponible [aquí](#).

TAMBINI, D.
Media Freedom
 Nova York: John Wiley & Sons, 2021. 224 pàgines.
 ISBN: 9781509544684

Professor i investigador sènior de la London School of Economics (LSE), Damian Tambini explora en aquest llibre el paper que han jugat les xarxes socials en les darreres eleccions i referèndums als EUA, el Regne Unit i l'Europa continental. A partir de la influència nova que han exercit sobre el comportament electoral,

l'autor reclama un debat obert sobre la llibertat de les xarxes i fins a quin punt i de quina manera han de ser regulades per les democràcies modernes. Partidari d'una intervenció que situï les institucions públiques com a àrbitres, Tambini reclama que les actuacions aprenguin del passat, sobre la manera com històricament es va regular la premsa, la ràdio i la televisió.

A partir d'aquest plantejament basat en la història, l'autor planteja un nou contracte social sobre la llibertat de premsa, que actualitzi el que ha estat vigent fins a l'aparició d'internet i les xarxes socials. L'objectiu és renovar l'aplicabilitat de les normes internacionals en drets humans pel que fa a la governança del sector de les comunicacions. D'altra banda, una de les idees que llança Tambini és qüestionar l'anomenat *excepcionalisme americà*, moviment ideològic segons el qual els EUA han de tenir una regulació pròpia, inclosa en aquesta matèria.

Disponible [aquí](#).

