

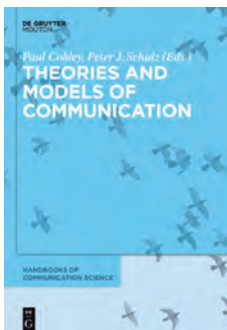
## ***Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia***

### **FITXA:**

ENRIQUE BUSTAMANTE  
BARCELONA: GEDISA, 2013

### **RESSENYA:**

Bustamante fa un repàs exhaustiu al paper que han exercit la ràdio i la televisió a Espanya des del franquisme fins a l'actualitat. Centrant-se sobretot en com els governs han legislat en la matèria, i en el procés atípic a través del qual s'ha creat i consolidat el model espanyol de ràdio i televisió, l'autor analitza els models econòmics i els debats ideològics entorn de les televisions públiques estatals i autonòmiques, les televisions privades i els canals locals. També ofereix una anàlisi detallada i crítica de les polítiques en ràdio i televisió dutes a terme pels governs de Zapatero i de Rajoy (en aquest darrer cas, durant el primer any de mandat).



## ***Theories and models of communication***

### **FITXA:**

PAUL COBLEY I PETER J. SCHULZ (ED.)  
BERLÍN: DE GRUYTER, 2013

### **RESSENYA:**

En aquest llibre s'ofereix, primerament, una aproximació multidisciplinària a les teories de la comunicació, amb mirades provinents, entre altres, de la teoria de sistemes, la teoria de la cultura, la lingüística, la semiòtica, les teories de l'opinió pública, les ciències cognitives o la teoria de la mediació. En la segona part, d'altra banda, es focalitza la mirada en els diferents components del procés comunicatiu (emissor, missatge, receptor, canal i efectes), a cadascun dels quals es dedica un capítol. El llibre compta amb vint-i-tres aportacions d'investigadors diferents procedents principalment d'Europa i Amèrica del Nord.





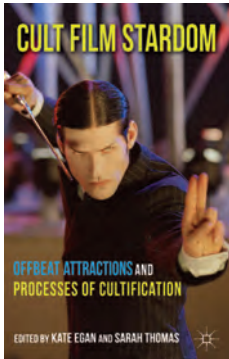
## ***Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan***

**FITXA:**

CARLOS ALBERTO SCOLARI  
BARCELONA: DEUSTO, 2013

**RESSENYA:**

En aquest llibre, amb un caràcter deliberadament divulgatiu per la seva voluntat de dirigir-se no només a acadèmics, sinó també a professionals i interessats, Scolari desgrana què s'entén per «narratives transmediàtiques». Al llarg dels diferents capítols, l'autor explica quan i com neix aquest tipus de narrativa, aventura quins models de finançament i gestió s'hi poden aplicar i descriu experiències, algunes poc conegudes, sorgides de llibres, pel·lícules, videojocs, còmics, informatius, documentals i també dels mateixos consumidors. Cada secció, amb nombrosos suports visuals i infogràfics, compta, a més, amb entrevistes a professionals i investigadors d'arreu del món, que aporten la seva pròpia visió sobre la qüestió.



## ***Cult film stardom. Offbeat attractions and processes of cultification***

**FITXA:**

KATE EGAN I SARAH THOMAS (ED.)  
BASINGSTOKE: PALGRAVE MACMILLAN, 2013

**RESSENYA:**

El llibre s'endinsa en l'estudi del fenomen de les anomenades estrelles cinematogràfiques de culte (*cult film stars*), un terme freqüent en el llenguatge però poc analitzat. La premissa bàsica de la qual parteixen totes les contribucions és que les estrelles de cinema de culte, sovint associades amb l'extravagància o el poc convencionalisme, són un fenomen prou diferent de la resta de les estrelles de cinema com per ser analitzades específicament. Així, algunes de les preguntes centrals que el llibre intenta respondre són: què és allò que converteix una estrella cinematogràfica en una estrella de culte, com es relacionen aquestes darreres amb els discursos sobre el cinema de culte, com la indústria també contribueix i promou aquests fenòmens, o com afecta a les mateixes estrelles cinematogràfiques l'assignació d'aquesta etiqueta.





## ***Cinema, publicitat i turisme***

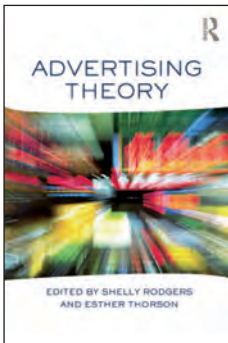
### **FITXA:**

RAMON GIRONA (ED.)

GIRONA: DOCUMENTA UNIVERSITARIA, 2012

### **RESSENYA:**

El llibre aprofundeix en la relació entre el cinema i la publicitat i també reflexiona sobre el cinema com a objecte de promoció turística. Amb textos en català, castellà i anglès, s'hi poden trobar capítols sobre el *product placement* en el cinema, sobre l'ús del cinema per a l'ensenyament de la publicitat i les relacions públiques, sobre la influència del cinema en la publicitat, sobre el paper de les *film commissions* com a mitjanceres entre els equips de rodatge i el territori, o sobre els espectadors que es converteixen en turistes gràcies al cinema.



## ***Advertising theory***

### **FITXA:**

SHELLY RODGERS I ESTHER THORSON (ED.)

NOVA YORK I LONDRES: ROUTLEDGE, 2012

### **RESSENYA:**

Tal com indica el seu títol, es tracta d'un complet manual que ofereix una introducció a les qüestions relatives als fonaments teòrics de la publicitat. Les editores divideixen el llibre en vuit parts diferents, en les quals es tracten temes com les teories psicològiques sobre les respostes dels espectadors a la publicitat, els diferents tipus de missatges publicitaris, la publicitat en suports no tradicionals o el futur de la disciplina. El llibre compta amb contribucions de seixanta-un investigadors d'universitats d'arreu del món, tot i que hi predominen els nord-americans.





## ***Cu-cut!: sàtira política en temps traspalsats (1902-1912)***

### **FITXA:**

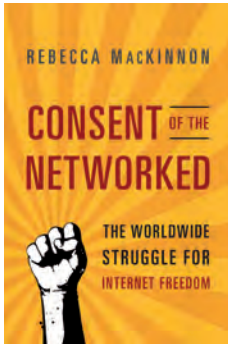
JAUME CAPDEVILA (COORD.)  
EL PAPIOL: EFADÓS, 2012

### **RESSENYA:**

Aquest llibre, sorgit d'una exposició amb el mateix títol a l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona, aprofita el centenari de la suspensió de la revista satírica *Cu-cut!* per a reflexionar sobre el seu paper polític en la Catalunya i l'Espanya de l'època i sobre la seva influència en la premsa catalana de la primera meitat del segle xx. Amb textos d'autors com Josep Maria Figueres, Jordi Artigas o Ramon Folch, aquesta obra amb il·lustracions en color analitza aspectes diversos de la revista, com per exemple el seu estil, la seva relació amb la censura o la seva iconografia.



## ***Consent of the networked. The worldwide struggle for Internet freedom***



### **FITXA:**

REBECCA MACKINNON  
NOVA YORK: BASIC BOOKS, 2012

### **RESSENYA:**

Aquest llibre presenta una reflexió sobre les lluites per fer-se amb el control d'Internet i sobre els efectes que té aquesta eina en qüestions com el poder i la llibertat. Els temes que l'autora va desgranant tenen a veure amb com Internet posa en qüestió el poder i la legitimitat dels estats-nació; amb l'ús d'Internet com a eina de control dels ciutadans; amb les creixents relacions i interdependències entre governs i companyies de telecomunicacions, així com amb el poder que aquestes darreres han adquirit a la Xarxa, i, finalment, amb les accions que es duen a terme per tal de contrarestar aquests fenòmens i aconseguir que Internet no deixi de ser obert i lliure. Es postula també que les accions de creadors, usuaris i reguladors de la tecnologia acabaran determinant el grau de llibertat de què es podrà gaudir a la Xarxa en el futur, i per això es reclama una implicació en la lluita per reivindicar Internet com un espai democràtic i de llibertat.





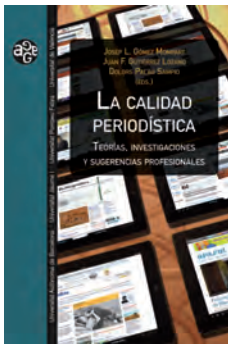
## ***La innovación tecnológica. Creación, difusión y adopción de las TIC***

### **FITXA:**

DAVID FERNÁNDEZ-QUIJADA  
BARCELONA: UOC, 2013

### **RESSENYA:**

Fernández-Quijada reflexiona sobre els processos a través dels quals s'adopta socialment una nova tecnologia, tenint en compte el paper que hi tenen tant les mateixes característiques intrínseques de la tecnologia com les polítiques públiques, les qüestions econòmiques i, naturalment, la cultura en la qual té lloc aquesta adopció juntament amb les actituds dels usuaris. El llibre també ofereix una reflexió sobre les polítiques de foment de la innovació i una exemplificació de les estratègies en matèria de tecnologies de la informació i la comunicació dutes a terme per Apple, al BBC i la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.



## ***La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales***

### **FITXA:**

JOSEP L. GÓMEZ MOMPART, JUAN F. GUTIÉRREZ LOZANO I DOLORS PALAU SAMPIO (ED.)  
BELLATERRA: UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA; CASTELLÓ DE LA PLANA: UNIVERSITAT JAUME I; BARCELONA: DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ DE LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA; VALÈNCIA: UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, 2013

### **RESSENYA:**

Els autors ofereixen una aproximació al concepte de qualitat en el periodisme, no només en relació amb els continguts informatius, sinó també en relació amb la manera com es produeixen. Entre moltes altres qüestions, s'aborden temes com els indicadors de mesura de la qualitat periodística; els efectes del periodisme de baixa qualitat en la formació d'opinions i, en conseqüència, en la democràcia, o la influència de la tecnologia en la manera de fer periodisme. Rosa Berganza, Andreu Casero, Enric Marín o Josep Lluís Micó són alguns dels signants dels capítols del llibre.



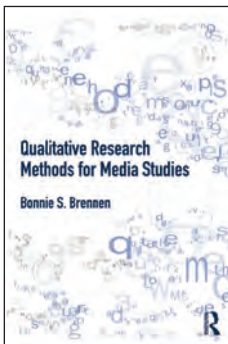


## **Mites en sèrie. Els temes clau de la televisió**

**FITXA:**  
ANNA TOUS  
BARCELONA: TRÍPODOS, 2012

### **RESSENYA:**

L'autora analitza els temes i protagonistes de la ficció televisiva nord-americana i la seva relació amb els mites tradicionals, que en són el motor narratiu. Els capítols que componen el llibre aprofundeixen en com aquestes ficcions tracten qüestions com la figura del geni boig, la dels pares, la del doble o la de la dona, i ofereixen reflexions entorn als espais més recurrents o la fascinació per la tecnologia que s'observa en les sèries nord-americanes. Entre altres, Tous analitza sèries com *Lost*, *CSI*, *The big bang theory*, *House*, *True blood* o *Desperate housewives*.



## **Qualitative research methods for media studies**

**FITXA:**  
BONNIE S. BRENNEN  
NOVA YORK: ROUTLEDGE, 2013

### **RESSENYA:**

Partint de la base que els mètodes de recerca qualitativa són tan o més complexos i vàlids que els quantitativa, l'autora ofereix una guia per als investigadors que volen aplicar tècniques qualitatives a les seves recerques sobre mitjans. Amb uns primers apartats dedicats a la contextualització, a la reflexió sobre les implicacions ètiques i als trets bàsics dels estudis qualitativa, el llibre passa a explicar les claus i criteris per a realitzar entrevistes, grups de discussió, recerca històrica, història oral, etnografies i observacions participants i, finalment, anàlisis textuales.

