

Revista de llibres

FERNÁNDEZ-QUIJADA, D. (ed.)

Medi@tic. Anàlisi de casos de tecnologia i mitjans.

Barcelona: Editorial UOC, 2011, 216 pàg.

ISBN: 978-84-9788-448-8.



Coordinat per David Fernández-Quijada, doctor en comunicació audiovisual i professor de la Universitat Autònoma de Barcelona, aquest volum presenta vuit casos pràctics i didàctics que estudien l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en l'àmbit de la comunicació. El volum es presenta dividit en nou capítols escrits per experts de diferents universitats en

què s'aborden tant tecnologies de vídeo (televisió interactiva i híbrida, aplicacions de vídeo a la xarxa) com d'àudio (DAB, *podcasting*) i de dades (SMS, internet). El primer capítol, escrit per Fernández-Quijada, és una presentació i una introducció útils als continguts del llibre. El segon capítol, escrit per Montse Bonet, analitza la ràdio digital DAB (*Digital Audio Broadcasting*) i la història del seu fracàs. Tot seguit, Toni Sellas reflexiona sobre el *podcasting* i la seva penetració ràpida en el món professional i aficionat. El coordinador del llibre signa el capítol quart, en què s'aprofundeix en l'anàlisi de la televisió interactiva i els seus problemes per establir-se al nostre país. Al següent capítol, Roberto Suárez presenta com la televisió híbrida pot jugar un paper rellevant en les noves lògiques de distribució de continguts, en la definició dels models de negoci i en els patrons de consum. El capítol sis, escrit per Xavier Ribes, és dedicat al vídeo a internet, on les qüestions legals són tan importants com les tècniques. Pere Masip analitza al capítol set l'impacte d'internet en les redaccions periodístiques i com això ha repercutit en el desenvolupament del perfil del o de la periodista en un entorn digital. El següent capítol, escrit per Noelia Salido, ofereix una anàlisi més sociològica dels missatges SMS dels telèfons mòbils, des del seu èxit dels primers moments al seu declivi amb l'emergència d'alternatives, com ara les xarxes socials accessibles des d'aparells mòbils. A l'últim, Carles Llorens dedica el capítol nou a Apple i el seu treball amb els dispositius mòbils. L'autor destaca el caràcter innovador de l'empresa, no només limitat a la tecnologia, sinó també en termes d'estratègia i comercialització. En definitiva, aquest volum resultarà útil no només per a docents i estudiants de comunicació, sinó també per a totes les persones interessades a conèixer més la relació entre tecnologia i mitjans.

Ross, K. (ed.)

The handbook of Gender, Sex, and Media

Londres: Wiley-Blackwell, 2012, 640 pàg.

ISBN: 978-1-4443-3854-6

Aquest volum ofereix una visió original de les relacions complexes entre gènere, sexe, sexualitat i mitjans, tot mostrant noves recerques a l'avantguarda de la pràctica i la teoria dels mitjans i la comunicació. Ross va més enllà d'associar el gènere amb dona/home. L'editora d'aquest volum presenta una noció més fluida del sexe i de la identitat, i consideracions sobre la relació entre la construcció

de les normes de gènere, el sexe biològic i la mediació del sexe i la sexualitat. Els diferents temes que conformen el volum van des de la continuïtat del sexisme en els anuncis televisius fins a les formes amb què internet facilita la reinvençió del nostre ésser sexual. El llibre està dividit en cinc parts que comencen totes amb un assaig que contextualitza històricament la recerca en l'àmbit temàtic determinat. Tots els temes fan referència a un ventall variat de mitjans que inclou la premsa, la televisió i internet. La primera part, "Mediated Women", comença amb un capítol introductor de Carolyn Byerly amb una bibliografia extensa sobre dones i mitjans. En aquesta part destaca l'article d'Ibrosheva i Stover en què s'analitza la cobertura a la premsa de les dones polítiques a Bulgària, tot prenent una aproximació històrica sobre un període que va des de 1945 fins a 2009, per concloure que els mitjans encara es troben dins d'una ideologia patriarcal. La segona part aborda qüestions relacionades amb la masculinitat, amb articles sobre la construcció de prototips masculins al cinema (Guido Ipsen) o la relació entre masculinitat i sexualitat en una sèrie de ficció com *The Sopranos* (Lynne Hibberd). La tercera part, "Queering the Pitch", reuneix articles que tracten la representació de la identitat sexual als mitjans, amb articles en què s'analitzen sèries com *The L Word* des d'una perspectiva que va des de la producció d'identitats a l'anàlisi de l'audiència. El següent apartat, "Women, Men, and Gender", presenta cinc articles que analitzen la construcció social del sexe i el gènere en els mitjans, la missatgeria instantània o el postfeminisme. Finalment, l'última part aborda la relació entre sexe i mitjans, les cites en línia i les noves pràctiques als nous mitjans, com també la sexualitat a la nova era d'internet o la mediació del sexe als mitjans.

