

LA MIRADA PLURAL

Santos Zunzunegui.  
Ediciones Cátedra, 2008



261 pàgines

Què és fer cinema en l'actualitat? Com ubicar la praxis cinematogràfica a l'estela de la història, tant del cinema com de la societat? Amb aquest assaig, que intenta donar una resposta a qüestions com aquestes fent un recorregut pel cinema del segle XX, Santos Zunzunegui va obtenir el I Premi Internacional de Comunicació Audiovisual Francisco Ayala del Consejo Audiovisual de Andalucía i l'Obra Social de Cajasur. Zunzunegui és llicenciat en Ciències Econòmiques i doctor en Comunicació. Catedràtic de Comunicació Audiovisual a la Universitat del País Basc durant més vint anys, també ha treballat com a guionista i és membre del col·lectiu fundador de les revistes *La Mirada* i *Contracampo*, on ha publicat la seva teoria i història del cine, teoria de la imatge, semiòtica i cinema espanyol. Entre els seus llibres més coneguts es troben *Pensar la imagen* (1989) o *De qué hablamos cuando hablamos de cine español* (2002).

SI TE VAS, TE MATO. MUJERES QUE MURIERON POR SU LIBERTAD

Juana Gallego (coord.)  
Icaria Editorial, 2009



206 pàgines

Pensat com un homenatge a totes les dones que han pagat amb la seva vida el desig de fer ús de la seva llibertat, *Si te vas, te mato* és la reconstrucció de dinou casos d'assassinats de dones a mans de les seves parelles o exparelles des de l'any 1986 fins al 2006. El llibre és un treball d'investigació realitzat per dos grups d'alumnes de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, dirigits per la seva professora, Juana Gallego Ayala, en l'assignatura de Periodisme de Societat. Més enllà de la diversitat dels casos narrats, aquest llibre és una impactant aproximació al fenomen de la violència contra les dones, que pot aportar elements de reflexió per a tots aquells relacionats amb el tema: advocats, jutges, psicòlegs, associacions de dones, periodistes, experts, etc. En conjunt, el llibre pretén oferir una sèrie de pistes que puguin ajudar a comprendre com i per què es produeix aquesta tragèdia quotidiana.

EL PIANISTA EN EL BURDEL

Juan Luis Cebrián  
Círculo de Lectores, 2009



202 pàgines

Conseller delegat del grup Prisa, membre del Consell d'Administració de *Le Monde* i vicepresident de la Cadena Ser i Sogecable, Juan Luis Cebrián és autor també de diversos assaigs i, des de 1996, membre de la Real Academia Española. En aquest llibre presenta una sèrie d'assaigs sobre l'ofici del periodista. L'autor ens convida a compartir reflexions que barreja amb anècdotes sobre l'eclosió del periodisme com a principal instrument de difusió cultural; la seva relació amb la democràcia i el paper com a garant de la llibertat d'expressió; o la lluita del periodisme contra el poder polític, interessat a convertir la informació en propaganda. Parla també del que considera el repte imminent del periodista: vèncer una nova classe de temptacions de censura que ja no provenen de pressions externes sinó de la pròpia societat mediàtica, els interessos econòmics de la qual no sempre coincideixen amb la circulació lliure i veraç de la informació.

OFICIO DE CARROÑERO. UN PERIODISTA EN LA CALLE

Pablo-Ignacio de Dalmases  
Ediciones Carena, 2009



75 pàgines

Dalí, Alfonso Guerra, El Lute, Ibarretxe, Stephen Hawking, Fidel Castro o Terenci Moix són només una petita mostra del llarg etcètera de personatges que han compartit alguns minuts de la seva vida amb l'autor d'aquest llibre, Pablo-Ignacio Dalmases. Va decidir ser periodista quan era molt jove i a *Oficio de carroñero* explica aspectes de la seva trajectòria, on s'inclouen moments divertits i moltes satisfaccions, però també algun contratemps i fins i tot alguna desqualificació, com el moment en què va ser titllat –ell creu que de manera injusta– de “carronyaire”. Va exercir com a director de Ràdio Sàhara i del diari *La Realidad* d'El Aaiún, va ser redactor per oposició de Radio Nacional de España i va ocupar les prefectures del Gabinet de Premsa de RTVE i dels Serveis Informatius de Radiocadena Española a Catalunya. En l'actualitat és director de *Travelport*, revista de viatges i turisme, i tutor de la UOC.

ELS MARS DEL MEU AVI

Sara Masó  
Editorial Noray, 2009

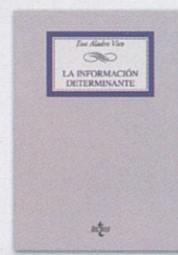


284 pàgines

L'autora Sara Masó i Maristany convida el lector a navegar amb aquesta obra, fruit de la seva investigació sobre els viatges que el capità Salvador Maristany, el seu avi, va fer al llarg de la seva vida marinera, primer amb la corbeta Pablo Sensat i després com a inspector de navegació de la companyia Transatlàntica. Sempre sortint del port de Barcelona, el vaixell Pablo Sensat va solcar les aigües dels dos Atlàntics, de l'Oceà Índic i d'altres mars asiàtics, a més de remuntar el temut cap d'Hornos, a l'Amèrica austral. El llibre explica també com va sobreviure a un cicló a l'Índic i a un gran temporal a l'Atlàntic nord. El pas de la vela al vapor, la guerra de Cuba, la federalització de l'Argentina o la construcció del canal de Panamà són altres dels esdeveniments relatats en aquest llibre, amb pròleg del periodista, escriptor i navegant Francesc Cusí. L'autora és llicenciada en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona.

LA INFORMACIÓN DETERMINANTE

Eva Aladro Vico  
Editorial Tecnos, 2009

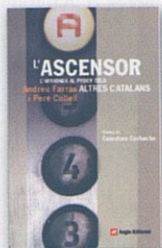


169 pàgines

La informació és l'essència del nostre univers. Crea la realitat i aquesta, en qualsevol de les parts en què és divisible, per petites que siguin, s'estén com si es tractés d'una ona informativa. Dominar l'univers informatiu suposa dominar la realitat que vivim. Aquests són els fets que analitza Eva Aladro a *La informació determinante*, on ens ensenya com utilitzar la informació en el món professional del periodisme, en les relacions humanes interpersonals, en el grup nombrosos o en el grans fenòmens de la comunicació a través dels mitjans de masses. El llibre està estructurat en tres capítols dedicats a la comunicació interpersonal, parlant de la teoria de la determinació gestàltica o la determinació de la conducta; la comunicació interpersonal, amb temes com les emocions o la capacitat determinant de realitats; i la comunicació de masses i el periodisme, per exemple.

## L'ASCENSOR. L'ARRIBADA AL PODER DELS ALTRES CATALANS

Andreu Farràs i Pere Cullell  
Angle Editorial, 2009



264 pàgines

Els periodistes Andreu Farràs i Pere Cullell ens apropen, mitjançant una exhaustiva documentació i entrevistes personals, a les històries d'èxit i al testimoni de figures que actualment formen part de l'elit política, empresarial o cultural de Catalunya, com Celestino Corbacho, Manuel Bustos, Francisco García Prieto, Isak Andic, Justo Molinero, Vicenç Villatoro, Alberto Palatchi Ribera, Ricardo Rodrigo, Joan Ridaó i José Montilla. Amb un estil periodístic àgil i punyent, els autors alternen el retrat amb la revisió sociològica d'una època –no tan llunyana– i d'uns personatges que alguna vegada podrien haver estat titllats de ser “xarnegos” a Catalunya i que Francesc Candel va batejar per sempre com “els altres catalans”. Els autors recullen el testimoni deixat per aquest i, al relat apassionant de les diferents trajectòries vitals, afegeixen les dades reals del país que hem construït. La reflexió està servida: estem preparats per a l'ascensor social dels nous immigrants?

## COM FER UN PROGRAMA PER A TELEVISIÓ. L'ELABORACIÓ DEL PROJECTE. DE LA IDEA A L'EMISSIÓ

Enric Violan. Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona, 2008



106 pàgines

Enric Violan, productor i director de programes de televisió, ha escrit aquest llibre pensant en com ajudar les persones que en algun moment han tingut una bona idea per fer un programa de televisió i no han sabut com fer-ho. Hi poden trobar les eines bàsiques per canalitzar les idees i proposar un projecte per a televisió. L'obra s'adreça als professionals de totes les branques d'aquest mitjà i als estudiants, però també a persones inquietes, emprenedores i creatives de qualsevol àmbit que tinguin ganes de posar en marxa un projecte televisiu. Pot ser llegit d'una forma amena i ràpida i està estructurat de manera que es parla de les etapes bàsiques de la idea fins a la presentació del projecte. Dóna les pautes i presenta la metodologia per introduir-se en el món de les idees i dels programes per a televisió. També s'hi ha adjuntat documents i informació interessant pel dia a dia de la preparació del projecte.

## IDENTIDADES MEDIÁTICAS. INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS, MÉTODOS Y CASOS

Enric Castelló. Editorial UOC, 2008



295 pàgines

Doctor en Ciències de la Comunicació per la Universitat Autònoma de Barcelona i professor dels estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona), Enric Castelló presenta amb aquesta obra una ordenació de les teories sobre la identitat en relació amb la seva construcció, distribució i reproducció als mitjans de comunicació. Exposa també quins són els principals autors en aquest àmbit d'estudi i comenta quines són algunes de les eines d'anàlisi per facilitar-ne la investigació. En aquest llibre, a més, es pot llegir sobre alguns casos exemplars d'estudi que tracten qüestions com la representació de la immigració als informatius o la identitat cultural i les sèries de ficció. L'autor planteja una aproximació a la identitat tenint en compte la creació en processos històrics, la construcció en la interacció social, la transformació a través de les tecnologies i la fragmentació en la societat postmoderna.

## EL DEBATE DE LOS DEBATES 2008

Academia de las Ciencias  
y las Artes de la Televisión  
Ámbito Servicios Editoriales, 2009



235 pàgines

L'Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión analitza els debats polítics televisats que es van celebrar a Espanya i els Estats Units durant al 2008. Compta amb l'opinió dels professionals que van participar en l'organització dels dos debats electorals que van tenir lloc a Espanya i amb la participació d'experts analistes, polítics, professors universitaris i periodistes que van cobrir les campanyes per a diferents mitjans tant a Espanya com als Estats Units. Aquests signen tribunes de títols tant suggerents com “Dejar la silla vacía nunca será más rentable”, de José Blanco, coordinador de la campanya de les generals del PSOE de 2008 o “Una tele, un voto (o cuando los políticos se sientan en el sofá del entretenimiento televisivo)”, d'Alejandro Salgado, professor de la Universitat Pontificia de Salamanca. L'obra és fruit de tres trobades entre els autors organitzades per l'Acadèmia.

## DE LA CEGUESA A LA LUCIDESA. LA LITERATURA D'IDEES DE JOSÉ SARAMAGO

Francesc Ponsa. Prohom Edicions, 2009



46 pàgines

Francesc Ponsa, periodista i investigador superior en Comunicació Política per la Universitat Ramon Llull, és el cap de premsa de l'Associació Catalana de Municipis i Comarques i en l'actualitat està elaborant una tesi doctoral sobre els Think tanks. En aquest llibre analitza la literatura de l'escriptor José Saramago, una literatura d'idees amb què pretén palesar els mecanismes que promouen la dominació del poder. La finalitat del pensament polític de l'obra de Saramago és contribuir a reforçar una col·lectivitat capaç de pensar de manera desalienada i, en aquest sentit, la seva literatura gira al voltant d'accions quotidianes de persones sovint no representades socialment. Ponsa planteja que cal entendre la disposició, l'estructura i l'estil del llenguatge de l'autor en funció de la subversió de l'ordre representatiu del neocapitalisme; i, per tant, de la generació de nous imaginaris que descalcin les representacions antidemocràtiques de la realitat.

## PRENSA ESPECIALIZADA ACTUAL. DOCE CALAS

Juan José Fernández (coord.)  
McGraw-Hill, 2008



383 pàgines

L'alfabetització total de la població, l'especialització en el coneixement, l'ampliació dels moments d'oci i la progressiva segmentació d'un públic lector les aspiracions del qual s'han de satisfereixen són algunes de les causes que expliquen l'actual eclosió de la premsa especialitzada, el tema d'aquest llibre. En els sectors més clàssics –com el de la premsa econòmica, mèdica o científica–, s'hi han sumat moltes altres, com el de la premsa femenina, divulgació científica, infantil i juvenil, de la indústria, comerç i serveis, salut o esports; a més de la digital i la gratuïta, que conformen les seves pròpies galàxies. L'arribada massiva de la publicitat li serveix com a suport i, en el cas d'Espanya, s'ha de tenir en compte la incorporació a la UE, fet que ha col·locat la premsa espanyola “a l'heure de l'Europe”. En definitiva, una internacionalització de les capçaleres com a manifestació de la globalització.