

Becerra , Martín y Guillermo Mastrini
La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)

Editorial: UNQ
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2017
Páginas: 228
ISBN: 978-987-558-464-8
Precio: 18 €



En los primeros 15 años del siglo XXI, nuevos medios y nuevas tecnologías cambiaron radicalmente el modo en que América Latina se informa, se entretiene y se comunica. La revolución digital estuvo acompañada de expectativas de apertura de las comunicaciones a nuevos actores y de mayor diversidad de flujos y contenidos. No obstante, los niveles de concentración de las actividades infocomunicacionales han crecido en este lapso, como documenta y analiza la presente investigación. Los procesos de concentración, extranjerización, conglomeración, convergencia y regulaciones intensivamente modificadas por parte de los Estados en la región, se combinan en un escenario que acerca de modo inédito al sector de medios audiovisuales y al de telecomunicaciones, con internet como bisagra. Las novedades principales de la estructuración de un sector medular para la convivencia democrática, para la circulación de la cultura, para la socialización y para la nueva economía son detalladas en el presente libro, que se suma a la serie histórica de estudios previos que los autores -doctores en comunicación, profesores universitarios e investigadores del Conicet- realizaron en este caso en el marco de la Universidad Nacional de Quilmes y de Observacom.

Fernández, Gabriel
Periodismo violento

Gabriel Fernández
**PERIODISMO
VIOLENTO** 

Manual de formación profesional
en comunicación

Artículos
Reportajes

ediciones
ciccus

Editorial: CICCUS
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2018
Páginas: 288
ISBN: 978-987-693753-5
Precio: 24 €



9 789876 937535

Celebro con entusiasmo la aparición de este libro de Gabriel Fernández, a quien juzgo uno de los pocos periodistas que a lo largo de muchos años de labor —especialmente en el medio radiofónico— ha mantenido y mantiene una posición ejemplar de seriedad informativa y de adhesión a los trabajadores y al resto del campo nacional. En esta obra, el lector encontrará principios fundamentales que guiaron su conducta, combinando capacidad y eficiencia profesional con dignidad y compromiso con la causa popular.

Norberto Galasso



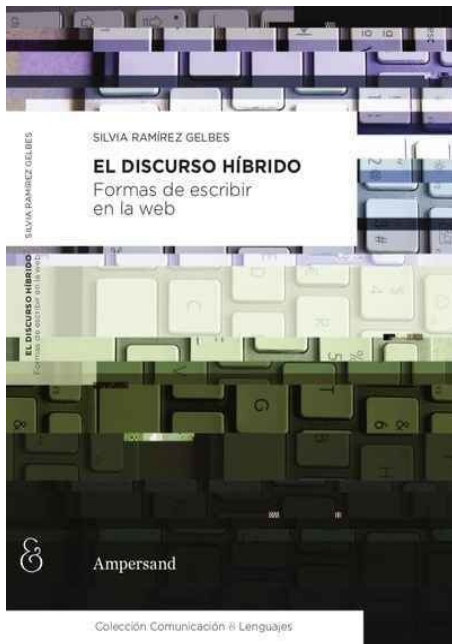
Panke, Luciana
Campañas electorales para mujeres

Editorial: La Crujía
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2018
Páginas: 160
ISBN: 978-987-4168-13-9
Precio: 15 €



¿Cómo hacer una campaña electoral para mujeres, impulsando su presencia en la política? ¿Estamos viviendo una presencia real o simbólica de mujeres en la política? ¿Hay diferencias entre una campaña electoral para una mujer y para un hombre?

Este libro nos ofrece una investigación a fondo del universo femenino en la actividad política, sobre todo en las campañas electorales, a partir de una mirada sensible, profesional, e integral. Es necesario recorrer un largo camino, para entender los retos y tendencias en las campañas electorales para mujeres. La autora, investigadora y profesional con amplia actuación en procesos electorales, nos introduce en el mundo de las campañas de las mujeres en América Latina desde sus spots televisivos. Estudios bibliográficos, experiencias profesionales y entrevistas se mezclan para tener el resultado adecuado.

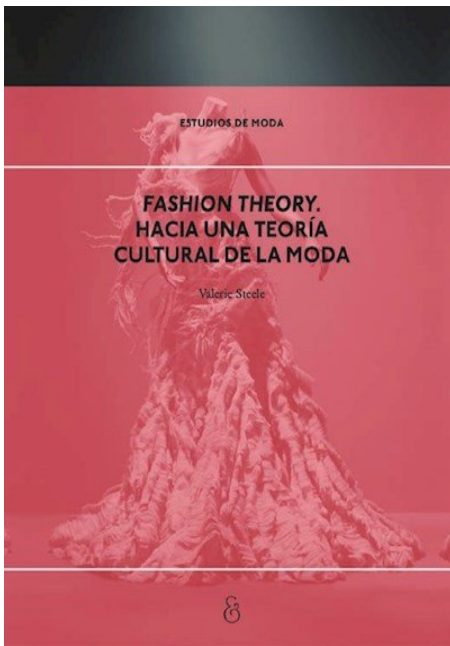


Ramírez Gelbes, Silvia
El discurso híbrido. Formas de escribir en la web

Editorial: Ampersand
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2018
Páginas: 170
ISBN: 978-987-4161-15-4
Precio: 20 €



El mundo actual está plagado de pantallas y escribir en ellas demanda una sensibilidad particular. Con rigurosidad y encanto, Silvia Ramírez Gelbes entiende los vertiginosos cambios que se están dando en la comunicación, tanto pública como privada, y con este libro se propone desarrollar, entre la teoría y la práctica, las aptitudes necesarias para la producción de contenido eficiente en el entorno digital. En un ecosistema donde manejar las normas de etiqueta tiene tanta importancia como los conocimientos de gramática en el difícil arte de hacerse entender, *El discurso híbrido* funciona como una herramienta imprescindible para periodistas, publicistas, *community managers*, tuiteros, *trendsetters*, *influencers*, asesores de imagen, diseñadores, profesores y estudiantes.



Steele, Valerie
Fashion theory. Hacia una teoría cultural de la moda

Editorial: Ampersand
Ciudad: Buenos Aires
Año: 2018
Páginas: 300
ISBN: 978-987-4161-01-7
Precio: 25 €



Mediante el análisis de la figura del *dandy* en Baudelaire, la circulación de imágenes de moda en la prensa femenina del siglo XIX o las exhibiciones en museos, estos textos abordan la moda desde diversas perspectivas, como factor fundamental que moldea tanto la historia colectiva como la de los individuos. Valerie Steele -doctora en historia, curadora del Museo del Fashion Institute of Technology de Nueva York y referente ineludible de los Estudios de Moda- explora aquí el espacio que ocupan la moda y sus imágenes en el consumo, en la cultura urbana, en la literatura y en el arte. Desde objetos de consumo hasta piezas de museo, el deseo se entretiene en las prendas y las transforma en instrumentos de tortura, de placer, de poder y de representación.