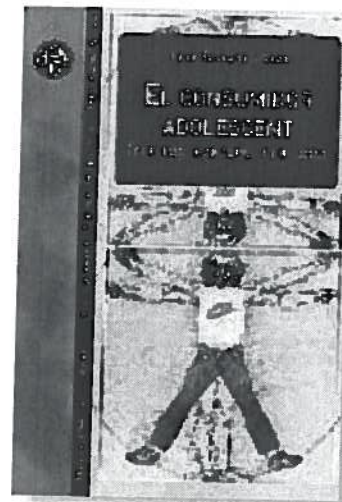


EL GRAN SITIO DE MALTA DE 1565
ARNOLD CASSOLA
INTRODUCCIÓN DE LUIS VALERA
COLECCIÓN GORGONA, 13. 195 PÁGINES
EDICIONES TILDE, VALENCIA, 2002

Los Caballeros de san Juan y el Sitio de Malta

El libro del profesor de maltés Arnold Cassola es una investigación histórica cuya justificación reside en comentar el poema épico del setabense Hipólito Sans La Maltea (1582). El lugar estratégico que ocupa la isla mediterránea ha sido el causante de las numerosas invasiones que ha sufrido este rocoso enclave. El Gran Sitio de Malta, ocurrido a sólo a seis años de la crucial Batalla de Lepanto, cuando Carlos I había instalado los caballeros de Rodas hacia siete lustros, duró cinco meses y fue protagonizado por los turcos al mando de Mustafá-Baja con el apoyo de los corsarios Uludgi-Ali y del temido y literario Dragut. Desde entonces, la producción poética que refiere este acontecimiento bélico no ha sido parca, y la obra de Hipólito Sans junto a la relación histórica de Balbi di Corregio (1567) han sido tomadas como puntos de referencia de la exaltación de los Caballeros de san Juan, pues La Maltea es un poema épico acerca de la defensa histórica de Malta por dichos caballeros, y está compuesta por doce cantos en octavas reales.

Pasqual Mas



EL CONSUMIDOR ADOLESCENTE. TELEVISIÓN, MARQUES I PUBLICITAT
JOSEP FERNÁNDEZ CAVIA
COLECCIÓN MALDA GLOBAL, 12. 228 PÁGINES
UAB/ UJI/ UPF/ UV, BELLATERRA, CASTELLÓ DE LA PLANA,
BARCELONA, VALENCIA, 2002

Adolescència i cultura de masses

L'adolescència, terme encunyat en la modernitat, és una construcció cultural amb només un segle d'història. És una etapa clau en la vida de les persones, caracteritzada per la construcció de la pròpia identitat personal, sovint amb conflictes i enfrontaments amb el món adult. Com adverteix Fernández Cavia, ser adolescent no és fàcil, i els canvis recents en les societats occidentals, particularment la transformació del nucli familiar, afecten la condició consumidora de l'adolescent, traduïda en més independència, però també en més desorientació i soledat. L'autor no dubta a qualificar el consum com un acte de comunicació de l'adolescent, que troba en la publicitat, les marques i la televisió tres llenguatges a través dels quals pot expressar el seu estil de vida i la pròpia escala de valors. El text s'adreça a educadors i famílies, que hi trobaran explicacions a moltes actituds i comportaments dels adolescents, considerats injustament com incompatibles amb els prejudicis encara dominants entre els adults.

Rafa Miralles