

TÍTULO: INVESTIGAR SOBRE PERIODISMO I.-PONENCIAS DE LA REUNIO CIENTIFICA DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE PERIODISTICA

AUTOR: LOPEZ GARCIA, X.; PEREIRA FARIÑA, X.; VILLANUEVA REY, X.

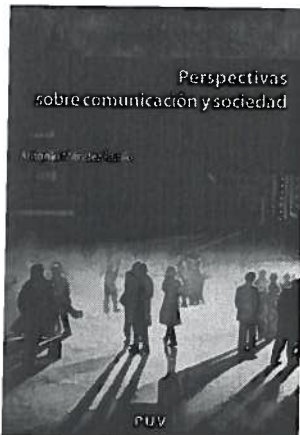
EDITORIAL: UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

AÑO DE EDICIÓN: 2005

PRECIO: 13:00 €

BREVE RESUMEN: Este libro recoge las ponencias de la reunion que, desde diferentes perspectivas, inciden de nuevo en los paradigmas sobre los que se levanta nuestra reflexion, las metodologias con las que nos aproximamos a esa realidad, la historia de la misma investigacion, etc. Y tambien sobre las consecuencias que todo ello tiene tanto en el trabajo de los profesionales dse la informacion, como en el cumplimiento de los servicios que los ciudadanos esperan de los medios, así como en el trabajo de los teoricos y academicos que estudian el periodismo en su sentido mas amplio.

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA



TÍTULO: PERSPECTIVAS SOBRE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

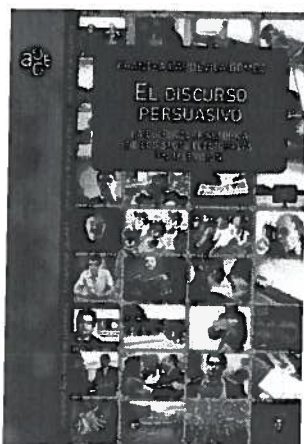
AUTOR: ANTONIO MÉNDEZ RUBIO

EDITORIAL: PUBLICACIONES DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

AÑO DE EDICIÓN: 2004

PRECIO: 11,00 EUROS

BREVE RESUMEN: *Perspectivas sobre comunicación y sociedad* aborda un terreno tan abierto y complejo como el de las relaciones entre sistema audiovisual y estructura social, entre cultura masiva y poder. Estos vínculos se plantean mediante una lectura reflexiva de algunas de las más importantes corrientes de pensamiento e investigación que han protagonizado este debate en la época contemporánea: la sociología funcionalista de la comunicación, la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, el pensamiento de estilo postmoderno y la tradición reciente de los estudios culturales. Este libro, en fin, despliega, articula y actualiza un conjunto de ideas y argumentos fundamentales para comprender mejor nuestro mundo de hoy.



TÍTULO: EL DISCURSO PERSUASIVO. LA ESTRUCTURA RETÓRICA DE LOS SPOTS ELECTORALES EN TELEVISIÓN

AUTOR: ARANTXA CAPDEVILA GÓMEZ

EDITORIAL: PUBLICACIONES DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA, UNIVERSITAT JAUME I Y UNIVERSITAT POMPEU FABRA

AÑO DE EDICIÓN: 2004

PRECIO: 17,50 EUROS

BREVE RESUMEN: La televisión se ha convertido en el medio de comunicación que más influye en las campañas electorales. A través de ella, los partidos políticos desarrollan sus estrategias persuasivas. Este libro toma como objeto de estudio la comunicación persuasiva audiovisual explícita y establece un método para su análisis. Para elaborar este método de análisis se parte de la teoría de la argumentación propuesta por Chaïm Perelman, puntal básico de los estudios retóricos en el siglo XX. Esta teoría aporta indudables avances en el estudio de la comunicación persuasiva, pero su aplicación al análisis del