

# ESCAPARATE TELOS 89

---

## Cine

GLORIA CAMARERA (ED.)  
*Vidas de cine. El Biopic como género cinematográfico*  
Madrid: T&B, 2011, 304 p.  
ISBN: 978-84-92626-93-9

**RAÚL C. CANCIO FERNÁNDEZ**  
*BOE, cine y franquismo: el derecho administrativo como configurador del cine español durante la dictadura (1939-1975)*  
Valencia: Tirant lo Blanch, 2011, 149 p.  
ISBN: 978-84-9004-133-8

**GUSTAVO MERCADO**  
*La visión del cineasta. Las reglas de la composición cinematográfica y cómo romperlas*  
Madrid: Anaya, 2011, 207 p.  
ISBN: 978-84-415-2924-3

**CRISTINA PUJOL OZONAS**  
*Fans, cinéfilos y cinéfagos. Una aproximación a las culturas y los gustos cinematográficos*  
Barcelona: UOC, 2011, 196 p.  
ISBN: 978-84-9788-435-8

## Cultura

**MARCIAL GARCÍA; MABEL LÓPEZ; MARÍA JESÚS RUIZ (COORDS.)**  
*Medios de comunicación y cultura: ¿cultura a medias?*  
Barcelona: Los Libros de la Frontera, 2011, 288 p.  
ISBN: 978-84-8255-093-0

**JOSÉ MARCIO BARROS; GIULIANA KAUARK (COORDS.)**  
*Diversidade cultural e desigualdade de trocas: participação, comércio e comunicação*  
São Paulo: Observatório da Diversidade Cultural/Observatório Itaú Cultural, 2011, 162 p.

ISBN: 978-85-7979-018-8

## Periodismo

SILVANA COMBA; EDGARDO TOLEDO (COMPS.)  
*Comunicación y periodismo: entrevistas sobre tecnologías/identidades/culturas*  
Buenos Aires: La Crujía, 192 p.  
ISBN: 978-987-601-133-4

## JOAQUÍN MARÍN MONTÍN

*Imagen, comunicación y deporte: una aproximación teórica*  
Barcelona: Visión Libros, 2011, 276 p.  
ISBN: 978-84-9983-450-4

## VV.AA.

*Introducción a la lectura de la imagen: la prensa*  
Madrid: UNED, 2011, 24 p.  
ISBN: 978-84-362-3999-7

## Publicidad y propaganda

LUIS BASSAT  
*Inteligencia comercial*  
Barcelona: Plataforma Editorial, 2011, 192 p.  
ISBN: 978-84-15115-30-4

## MARCELA REYNOLDS

*Etnografía para marcas y nuevos negocios*  
Buenos Aires: La Crujía, 2011, 92 p.  
ISBN: 978-987-601-142-6

## JOSÉ M. RICARTE BESCÓS

*Creatividad y comunicación persuasiva*  
Valencia: Universidad de Valencia, 2011, 234 p.  
ISBN: 978-84-370-3455-3

## SANDRA VILAJOANA

*El dret de la publicitat*  
Barcelona: UOC, 2011, 112 p.  
ISBN: 978-84-9788-843-1

## Radio y TV



### **ANA BIZBERGE**

*Televisión digital terrestre. ¿Cambio de estatuto de la radiodifusión?*

Buenos Aires: Prometeo, 2010, 174 p.

ISBN: 978-987-574-424-0

### **VALÉRIO CRUZ BRITTOS; DENIS GERSON SIMÕES**

*Para entender a TV digital. Tecnologia, economia e sociedade no século XXI*

São Paulo: Intercom, 2011, 97 p.

ISBN: 978-85-88537-76-7

### **GABRIELA BORGES; RENATO LUIZ PUCCI JR.; FLÁVIA SELIGMAN (EDS.)**

*Televisão: formas audiovisuais de ficção e documentário*

Faro e São Paulo: Edições CIAC, 2011, 216 p.

ISBN: 978-85-63552-02-0

### **MARTIN SCOTT**

*Guía para radios y televisiones. Sobre la promoción del contenido generado por el usuario y la alfabetización mediática e informacional*

Barcelona: UOC, 2011, 126 p.

ISBN: 978-84-9788-442-6

### **GUILLERMO OROZCO GÓMEZ; MARIA IMMACOLATA VASSALLO DE LOPES (COORDS.)**

*Convergencias y transmediación de la ficción televisiva: Obitel 2010*

São Paulo: Globo, 2010, 472 p.

ISBN: 978-85-250-4875-2

### **VV.AA.**

*Produção de conteúdo nacional para mídias digitais*

Brasília: Secretaria de Assuntos Estratégicos, 2011, 216 p.

### **VV.AA.**

*La radio universitaria. Como servicio público para una ciudadanía democrática*

A Coruña: Netbiblo, 2011, 216 p.

ISBN: 978-84-9745-499-5

## **Sociedad de la Información**

### **JESÚS FERNÁNDEZ-LUQUE; VICENTE TRAVER SALCEDO (COORDS.)**

*El ePaciente y las redes sociales*

Madrid: Publidisa, 2011,

ISBN: 978-84-6944110-7

### **MIGUEL DEL FRESNO GARCÍA**

*Netnografía*

Barcelona: UOPC, 2011, 112 p.

ISBN: 978-84-9788-385-6

**JOSÉ MANUEL NOGUERA VIVO; JOSEP MARTÍNEZ POLO; MARÍA DEL MAR GRANDÍO PÉREZ**

*Redes sociales para estudiantes de comunicación*

Barcelona: UOC, 2011, 202 p.

ISBN: 978-84-9788-975-9

**ROMAIN RISSOAN**

*Redes sociales: facebook, twitter, linkedIn, viadeo. En el mundo profesional*

Paris: ENI, 2011, 359 p.

ISBN: 978-27-4606-664-9

**Otros**

TONI AIRA

*Los guardianes del mensaje - Asesores políticos. Un modelo alternativo a los spin doctors anglosajones*

Barcelona: UOC, 2011, 160 p.

ISBN: 978-84-9788-400-6

**FRANCISCO CAMPOS FREIRE (COORD.)**

*El nuevo escenario mediático*

Zamora: Comunicación Social, 2011, 320 p.

ISBN: 978-84-92860-63-0

**GUSTAVO CIMADEVILLA; DORIS FAGUNDES HAUSSEN (ORGS.)**

*La comunicación en tempos de crisis. II Coloquio Argentina-Brasil de Ciencias de la Comunicación*

Rio Cuarto: Universidad Nacional de Rio Cuarto, 2010, 299 p.

ISBN: 978-950-665-606-5

**SILVIA ELIZALDE (COMP.)**

*Jóvenes en cuestión. Configuraciones de género y sexualidad en la cultura*

Buenos Aires: Biblos, 2011, 344 p.

ISBN: 978-95-0786-921-1

**PAULO FAUSTINO; RAMIRO GONÇALVES**

*Gestão estratégica e modelos de negócio - o caso da indústria de mídia*

São Paulo: MediaXXI / Formalpress, 2011, 310 p.

ISBN: 978-989-8143-74-7

**ADRIANA GIL-JUÁREZ; ANNA VITORES GONZÁLEZ**

*Comunicación y discurso*

Barcelona: UOC, 2011, 144 p.  
ISBN: 978-84-9788-390-0

**JOSÉ MARQUES DE MELO (ORG.)**

*Pensamento comunicacional uspiano. Raízes ibero-americanas da Escola de Comunicações Culturais (1966-1972)*

São Paulo: ECA/USP; SOCICOM, 2011, 280 p.  
ISBN: 978-857205-083-8

**PABLO MEDINA AGUERREBERE; ANTONIO GONZÁLEZ PACANOWSKI (COORDS.)**

*Comunicación de la salud: una aproximación multidisciplinar*

Madrid: Fragua, 2011, 224 p.  
ISBN: 978-84-7074-447-1

**DÊNIS DE MORAES**

*La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*

Buenos Aires: Paidós, 2011, 160 p.  
ISBN: 978-95-0128-912-1

**JORDI MORATÓ**

*Comunicació i Estratègia. L'empresa vista a través de les ulleres de la comunicació*

Barcelona: UOC, 2011, 210 p.  
ISBN: 978-84-9788-397-9

**MANUEL PARETS**

*Ètica, deontologia i comunicació*

Barcelona: UOC, 2011, 115 p.  
ISBN: 978-84-9788-394-8

**VV.AA.**

*Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva*

Buenos Aires: Biblos, 2011, 272 p.  
ISBN: 978-95-0786-892-4

