

febrero 2011

el molinillo



08

A FONDO
CUANDO EL LÍDER
ES DESCONOCIDO
ANTE LA CIUDADANÍA

13

BREVES
MEDIOS SOCIALES
Y REVOLUCIÓN
POLÍTICA

16

ACTIVIDADES
CRÓNICA DEL SEMINARIO
"COMUNICACIÓN DESDE LA CIUDAD"
23 DE FEBRERO



Una
mirada a las
elecciones
presidenciales
de Perú

	Título:	Hollywood and the CIA: Cinema, Defense and Subversion
	Autor:	Oliver Boyd Barrett, David Herrera, James Baumann
	Editorial:	Routledge
	País de publicación:	EE.UU.
	Fecha de publicación:	2011
	Número de páginas:	210

Este libro indaga sobre la influencia de la estadounidense *Central Intelligence Agency* (CIA) en la industria fílmica de Hollywood. Y lo que es más: radiografía las sinergias resultantes de las películas producidas en Hollywood y las políticas llevadas a cabo por la Casa Blanca en materia de relaciones internacionales.

Cinco décadas de películas y de políticas públicas norteamericanas son diseccionadas en este texto: 1960, 1970, 1980, 1990 y 2000. Y lo hace para dar respuesta a una pregunta: ¿en qué medida los guiones de Hollywood responden a las necesidades ideológicas de Estados Unidos, articuladas a través de la CIA? La respuesta: en las páginas de este libro.

	Título:	Sátira televisiva y democracia en España: La popularización de la información política a través de la sátira
	Autor:	José Luis Valhondo Crego
	Editorial:	Editorial UOC
	País de publicación:	España
	Fecha de publicación:	2011
	Número de páginas:	212

De manera cada vez más frecuente, el humor y la sátira están presentes en las campañas políticas (y en la propia política). Se trata de una tendencia que, en países como España, se ha intensificado en los últimos años. Este libro aborda el debate sobre los posibles efectos de la sátira televisiva española en periodistas, políticos y audiencias, presentando ejemplos de momentos claves en la esfera pública española. Una perspectiva interesante sobre un tema muy poco trabajado en el ámbito de la comunicación política.