

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


A large, stylized portrait of a man with a beard and mustache, wearing a dark suit, a red and white striped tie, and a white shirt. He is speaking into a microphone. The background is a warm, reddish-orange color with some blurred text, including the word "San" and the number "1".

**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.