CATÁLOGO

2020
2025

La Crujía
www.lacrujia.com.ar

COMUNICACIÓN

El sello La Crujía nació en 1999 y rápidamente convocó a los autores más reconocidos del campo de la comunicación. Hoy cuenta con una diversidad de títulos referidos a los medios tradicionales y nuevas tecnologías, ensayos y temáticas sobre comunicación política, marketing, gestión organizacional, educación y plataformas digitales, que son material de estudio en las universidades más reconocidas de Latinoamérica.

Vidas mediáticas
Entre lo masivo y lo individual

José Luis Fernández

03/2021 | **Páginas** 344 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-269-0

Este libro se terminó de escribir durante la pandemia de 2020, pero las discusiones que se proponen la atraviesan. Aún más, el Covid-19 acentuó los efectos descriptos aquí. La época se define por nuevas intersecciones entre las mediatizaciones de la vida afectiva, política, artística, comercial y laboral, y por nuevas relaciones entre las mediatizaciones en vivo y las grabadas, las individuales y las grupales, que fuerzan las fronteras del *postbroadcasting*. Los fenómenos mediáticos obligan a nuevas relaciones entre los distintos puntos de vista y las diferentes disciplinas, por eso, este libro es un llamado de atención a las obras simplistas que rehúyen la complejidad.

José Luis Fernández es doctor en Ciencias Sociales. Docente e investigador. Obtuvo el Premio a la Producción Científica y Tecnológica, UBA. Dictó numerosas conferencias y seminarios de posgrado en diversas universidades del mundo y presentó decenas de publicaciones especializadas.

Una mecánica metodológica
para el análisis de las mediatizaciones

José Luis Fernández

03/2023 | **Páginas** 312 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-318-5

Desde los medios masivos tradicionales, como la radio y la televisión, hasta los interindividuales como el teléfono o el correo; desde las plataformas generalistas, como Facebook o Twitter, hasta las *apps* más utilizadas a diario, como el *home banking* o las *apps* de citas; desde Google hasta la realidad en el metaverso. Medios, discursos e intercambios que conviven y se tensionan en un clima marcado por el fracaso, la incertidumbre y la sorpresa.

En este libro, José Luis Fernández nos propone *una mecánica*, una caja de herramientas para el análisis de las mediatizaciones.

OTROS TÍTULOS DEL AUTOR

La política del riesgo
Construcción social, liderazgo y comunicación

Mario Riorda, Silvia Fontana y Sofía Conrero

05/2022 | **Páginas** 184 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-294-2

Cada vez se producen más fenómenos extremos que provocan desastres de todo tipo. Sus consecuencias y secuelas aumentan de manera exponencial y generan grandes pérdidas y efectos negativos en nuestras vidas. La vida con incertidumbre. El riesgo de desastres se ha convertido en una preocupación mundial, ya que entre finales del siglo XX y principios del siglo XXI aproximadamente más de 200 millones de personas por año se vieron afectadas por alguno. En este libro los autores analizan la gestión del riesgo de desastres desde todos los ángulos posibles.

Mario Riorda es politólogo. Director de la Maestría en Comunicación Política de la Universidad Austral. Presidente de ALICE. Activista de la comunicación política. Consultor en estrategia y comunicación para gobiernos y partidos en América Latina. Autor, investigador y analista.

Comunicación gubernamental más 360° que nunca

Luciano Elizalde y Mario Riorda (comps.)

12/2020 | **Páginas** 480 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-265-2

La comunicación gubernamental tiene sus propios alcances y sus límites particulares. Un gobierno está en el centro de la escena y es juzgado desde los 360 grados. Es ahí donde este libro se transforma en un saber comprender y un saber hacer. Esta obra profundiza cuestiones teóricas de la comunicación que le aportan elementos prácticos al "modelo mental" que los responsables de la comunicación tienen para gestionar y administrar las situaciones o las estrategias públicas.

Luciano H. Elizalde es doctor en Comunicación, sociólogo, consultor en comunicación estratégica y comunicación de crisis en empresas y gobiernos. Hace veinte años que realiza consultoría estratégica en compañías, gobiernos y organizaciones sociales. Es docente e investigador.

Comunicación política 100 x 100

Mario Riorda y Gina Sibaja Quesada

10/2023 | **Páginas** 216 | 20 x 14 cm
ISBN 978-987-601-333-8

A veces las palabras justas no aparecen. La reflexión breve tampoco es sencilla. Sin embargo, en este libro mínimo, cien personalidades iberoamericanas del ámbito de las ideas nos dedican un mensaje único, transformado en microtexto, sobre la metamorfosis de la comunicación política en las últimas décadas. Las lectoras y los lectores encontrarán aquí opiniones diversas, deliberaciones, algunas parecerán frases sueltas, aunque todas, cada una de ellas, tienen en su esencia un propósito común: convocarnos a repensar y reconstruir las nuevas formas de comunicación política, quizás la que queremos y necesitamos.

Gina Sibaja Quesada es doctora en Ciencias Sociales por FLACSO, Guatemala. Magíster en Estudios Latinoamericanos del HIEAL, Sorbonne Nouvelle, Paris. Politóloga feminista, profesora e investigadora de la Escuela de Ciencias Políticas de la Universidad de Costa Rica.

Manejar el disenso
Estrategias, tácticas y modelos de gestión

Luciano H. Elizalde

04/2022 | **Páginas** 296 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-293-5

En palabras del autor, *Manejar el disenso* es un ensayo sobre la comunicación estratégica orientada a resolver situaciones de disenso, que pretende hacer aquello que la sociología debiera proponerse: producir más conocimiento útil que mejore la vida de los seres humanos. En esta oportunidad, a diferencia de las obras anteriores de Luciano Elizalde, se presenta una nueva concepción teórica y actualizada de los casos de análisis, además de herramientas de gestión y conceptualizaciones.

▪ OTROS TÍTULOS DE LOS AUTORES

Dígalo con memes
De la parodia al mundo digital

François Jost | Traducción de Ariel Gurevich

09/2023 | **Páginas** 192 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-331-4

Hasta ahora, pocos investigadores se han interesado por un fenómeno que se reconoce como típico de la cultura digital contemporánea. Aunque en ocasiones sea vista con desprecio por algunos, esta nueva manifestación de la cultura pop esconde un mundo en el que es necesario entrar para captar su riqueza. Porque si los memes son formas humorísticas, dicen mucho del mundo, de las noticias y de nosotros mismos. No solo para burlarse, también para denunciar, para apoyar una causa o, simplemente, para expresar nuestros miedos. Popular, proliferante y masiva, la cultura del meme merecía un descifrado. El semiólogo François Jost disecciona aquí la mecánica, nos revela los resortes, los usos y sus roles sociales y políticos, en un estudio particular de nuestra vida digital.

François Jost es semiólogo y profesor emérito en la Sorbona de París. Ha sido profesor invitado en numerosas universidades de todo el mundo, especialmente en Argentina. Sus libros traducidos al español: El *Ojo-Cámara* (2002), *El culto de lo banal* y *Los nuevos malos* (2013 y 2015). Es director de la revista *Télévision* (CNRS Éditions).

La vida digital
Intersubjetividad en tiempos de plataformas sociales

Ariel Gurevich

06/2021 | **Páginas** 176 | 14 x 20 cm
ISBN 978-987-601-275-1

Vivimos en una época donde la identidad no puede pensarse sin discurso, pero tampoco sin los soportes y dispositivos técnicos que traen asociados. Las reflexiones propuestas comparten la pregunta por las operaciones discursivas en estos nuevos medios digitales que dan como resultado un yo. Esta construcción del yo, ¿es una mera cuestión de publicar contenidos, o hay determinadas maneras de hacer que los usuarios deben incorporar al ingresar en estas plataformas? ¿Las redes sociales son un espacio neutro de publicación o los dispositivos son tecnologías morales que orientan en algún sentido las prácticas de los usuarios?

Ariel Gurevich es autor, dramaturgo, director escénico, investigador y docente, egresado de Ciencias de la Comunicación (UBA) y Dramaturgia (Escuela Metropolitana de Arte Dramático). Recibió una beca del Centro de Estudios de América Latina para estudiar Filosofía en Madrid.

Gestión de la comunicación para organizaciones
Pistas para el diseño de nuevas estrategias

María Eugenia Etkin (comp.)

08/2021 | **Páginas** 292 | 15 x 21 cm
ISBN 978-987-601-276-8

Este libro analiza la gestión de la comunicación desde los abordajes estratégicos a cuestiones prácticas, pasando por estudios específicos en diferentes ámbitos. Cada uno de los capítulos ofrece en detalle un eje específico sobre formas de gestión. Con la participación de destacados profesionales de Argentina y España, *Gestión de la comunicación para organizaciones* se plantea como un trabajo colaborativo de académicos y consultores con vasta trayectoria, quienes invitan a reflexionar sobre la comunicación organizacional desde un amplio abanico de miradas.

María Eugenia Etkin es doctora en Comunicación (UNC), magíster en Dirección de Comunicaciones Institucionales (UCES), licenciada en Comunicación Social (UNC) y diplomada en Organizaciones de la Sociedad Civil (FLACSO). Es docente e investigadora.

Todo sobre la tesis
Del proyecto a la defensa

María Eugenia Etkin, Alejandro Ruiz Balza, Gabriela Pagani y Paula Etkin

EN RANKING DE VENTAS

04/2022
Medida
15 x 21 cm
Páginas
152
ISBN
978-987-601-292-8

Este libro ofrece pistas que ordenan el recorrido del tesista durante las etapas de la investigación científica para que pueda abordarlas paso a paso y organizar su trabajo. En ese sentido, se plantea como una guía práctica que transita todos los elementos de una tesis: desde el planteamiento del problema, objetivos, hipótesis, construcción del marco teórico o aspectos metodológicos, hasta las formas de citar, presentación formal y tips para una buena defensa oral. Los apartados presentan ejercicios para reflexionar y avanzar en la materialización de las distintas etapas, así como los errores frecuentes que suelen cometerse y sugerencias para poder resolverlos.

¿Alguien quiere pensar en las redes?
La importancia de las redes sociales en política

Malena Dip

12/2020 | **Páginas** 256 | 15 x 21 cm
ISBN 978-987-601-266-9

Las redes sociales no solo sirven para relacionarse, entretenerse o distraerse. Se han convertido en un elemento vital de la comunicación política. Esa trama que conforman la política, la comunicación y la tecnología es la que Malena Dip analiza y desentraña. ¿Cómo comunicar? ¿Cómo manejar las nuevas herramientas? ¿De qué manera se deben utilizar los datos que se obtienen? Posteos de Facebook, tuits, publicaciones de Instagram son elementos eficaces para hacer llegar un mensaje. Pero no todos los políticos entienden que la mera presencia en redes no basta.

Malena Dip es magíster en Gestión de Contenidos (Univ. Austral), licenciada en Comunicación Social y técnica en periodismo (UNSTA). Estudió estrategias de negocios (La Verne, Los Ángeles). Es docente, investigadora y, actualmente, asesora en comunicación política.

Hablar con los demás
Oratoria, comunicación personal y liderazgo: reglas fundamentales y cincuenta experiencias de vida

Máximo Paz

08/2021 | **Páginas** 172 | 14 x 20 cm
ISBN 978-987-601-277-5

¿Qué debemos tener en cuenta para que los demás nos escuchen, para poder transmitir nuestro mensaje, para que llegue a nuestro interlocutor? ¿Hay reglas que nos permiten hacerlo de manera adecuada? Máximo Paz nos demuestra que existen. En un estilo llano y contundente, *Hablar con los demás* se aleja de los manuales de oratoria tradicionales. A través de casos cotidianos, y explicaciones claras y precisas, despliega las herramientas y secretos del arte de la comunicación personal.

Máximo Paz es doctor en Ciencias de la Comunicación y en Ciencias de la Educación, y magíster en Comunicación Publicitaria. Es entrenador en oratoria y comunicación personal. Actualmente es decano de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la de Comunicación Social de la USAL.

Campañas electorales para mujeres

Luciana Panke

11/2021 | **Páginas** 148 | 14 x 20 cm
ISBN 978-987-601-286-7

¿Cómo hacer una campaña electoral para mujeres impulsando su presencia en la política? ¿Estamos viviendo en este escenario una presencia real o simbólica? ¿Hay diferencias en una campaña electoral por cuestiones de género? Este libro nos ofrece una investigación a fondo del universo femenino en la actividad política, a partir de una mirada crítica, sensible, profesional e integral. La autora, investigadora y especialista con amplia actuación en procesos electorales, nos introduce en el mundo de las campañas para mujeres en América Latina desde el análisis de sus spots televisivos.

Luciana Panke es doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de São Paulo y posee estudios posdoctorales en Comunicación Política por la UAM, México. Es docente, investigadora, conferencista, autora, y pionera en estudios políticos de género.

Comunicar lo local
Estrategias electorales y de gobierno

Gonzalo Arias y Lucas Doldán

11/2021 | **Páginas** 272 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-285-0

En una época marcada por la crisis y la incertidumbre, la comunicación plantea nuevos desafíos a la política local. Por un lado, para satisfacer demandas ciudadanas que expresan niveles cada vez más altos de exigencia; y, por el otro, para enamorar y movilizar, para legitimar proyectos e iniciativas y reafirmar los respaldos electorales de forma constante. ¿Cómo planificar una campaña electoral local cuando el mundo tal y como lo conocíamos ha dado un giro inesperado? ¿Cómo construir consensos? ¿Cómo apelar a la comunicación de proximidad? Estos son algunos de los interrogantes que los autores de este libro pretenden responder.

Lucas Doldán es licenciado en Ciencia Política, Máster en Sociología y Ciencia Política. Es docente, investigador y consultor.

Gonzalo Arias es sociólogo (UBA) con estudios de posgrado en FLACSO y en la Universidad Complutense de Madrid. Docente, investigador, productor y autor.

Julio Aurelio
Memorias de un sociólogo político

Julio Aurelio

06/2021 | **Páginas** 288 | 15 x 23 cm
ISBN 978-987-601-273-7

Julio Aurelio, el hombre que conoció como ningún otro la interna de las elecciones y fue precursor en los estudios de opinión pública en Iberoamérica, escribió este libro que es un recorrido intenso por la historia política, social, cultural y económica reciente. Basado en la información obtenida con la rigurosidad metodológica y estadística confiable de sus investigaciones, pero también en su propia experiencia como protagonista de muchos de los procesos políticos que marcaron la segunda mitad del siglo XX.

Julio Aurelio fue un sociólogo y consultor político argentino, especialista en estudios sociopolíticos y socioeconómicos de Opinión Pública. Fundador de la consultora Julio Aurelio-Aresco. Fue docente y dictó más de cien conferencias y seminarios tanto a nivel nacional como internacional.

La verdad sobrevalorada
Manual de control y manejo de rumores

Horacio Minotti

04/2021 | **Páginas** 176 | 15 x 21 cm
ISBN 978-987-601-271-3

Este libro viene a poner en crisis todo lo que se cree saber sobre la comunicación política. Indaga en cada concepto y en cada prejuicio, y nos muestra por qué es necesaria una nueva forma de pensar los modos actuales de comunicación. El rumor es una realidad. Existe. Y los políticos y sus equipos deben saber reaccionar a él, convivir con él. Los nuevos medios y las redes sociales han multiplicado su velocidad y su relevancia en la discusión pública. Lo importante es qué se hace con él. Y eso nos explica Horacio Minotti en este trabajo revelador y novedoso.

Horacio Minotti es abogado y periodista. Autor de *La Fiesta de la Oligocracia*; *La Revolución Inversa* y *Teoría y Derecho de la Nueva Comunicación Pública Gubernamental*. Fue redactor y editor en Infobae donde publicó más de mil artículos. Es director ejecutivo de la consultora Trust.

PRÓXIMAS PUBLICACIONES

Hablar con los demás otra vez
Máximo Paz

Manual para la gestión de la comunicación para las organizaciones
Eugenia Etkin

La vida digital II
Ariel Gurevich