



**Il viaggio nella memoria di uno spirito cavaliere**

**Tu sei la tua storia**

**21 Giorni di cambiamenti**

**Scrivere fa bene. Il potere terapeutico della scrittura: tradurre in parole le emozioni**

**Alt oder neu?**

**Vocabolario degli accademici della Crusca**

Programmare una Web Radio con i Pal Script è un libro fondamentale per il potenziamento e la personalizzazione della regia Sam Broadcaster, che riunisce in sé la grammatica del linguaggio PAL, la reference completa sviluppata dagli stessi produttori di Sam Broadcaster e alcuni esempi esplicativi. Grazie ad esso, tu 🔊 regista radiofonico 🔊 potrai agevolmente risolvere tanti piccoli problemi e creare un flusso radiofonico estremamente corrispondente alle tue esigenze. Che si tratti di una radio tematica, una radio top 40 o di una talk radio, così come nei casi dei semplici simulcasting, la programmazione PAL, adeguatamente effettuata, ti permetterà di trasformare un'ulutilitaria in un'auto sportiva!

Antonio Giangrande, orgoglioso di essere diverso. ODIO OSTENTAZIONE ED IMPOSIZIONE. Si nasce senza volerlo. Si muore senza volerlo. Si vive una vita di prese per il culo. Tu esisti se la tv ti considera. La Tv esiste se tu la guardi. I Fatti son fatti oggettivi naturali e rimangono tali. Le Opinioni sono atti soggettivi cangianti. Le opinioni se sono oggetto di discussione ed approfondimento, diventano testimonianze. Ergo: Fatti. Con me le Opinioni cangianti e contrapposte diventano fatti. Con me la Cronaca diventa Storia. Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto diventare. Rappresentare con verità storica, anche scomoda ai potenti di turno, la realtà contemporanea, rapportandola al passato e proiettandola al futuro. Per non reiterare vecchi errori. Perché la massa dimentica o non conosce. Denuncio i difetti e caldeggio i pregi italici. Perché non abbiamo orgoglio e dignità per migliorarci e perché non sappiamo apprezzare, tutelare e promuovere quello che abbiamo ereditato dai nostri avi. Insomma, siamo bravi a farci del male e qualcuno deve pur essere diverso!

Pensi che il blog sia uno strumento obsoleto o superato? Ti sbagli! Questo libro ti dimostrerà il contrario e ti farà conoscere le opportunità offerte dai blog per coltivare una passione o sviluppare un business. Partendo dalle basi e dai concetti più semplici, imparerai a padroneggiare questo strumento e a usarlo con successo per raggiungere i tuoi obiettivi.

Alla prova dell'inatteso

B-Chiusura

Programma pratico

Intelligenza emotiva e Brand Journalism

Vivere in cristo. Per una formazione permanente alla vita monastica

Il libro che hai sempre voluto scrivere ma non hai mai fatto e perché

In Polvere d´oro sono raccolti tre drammi che Salvatore Mannuzzu scrisse per Radio3 tra il 1996 e il 1997. Allo scadere del Novecento, uno degli autori che hanno " espresso al meglio – scrive Goffredo Fofi nell´introduzione – una continuità con la grande generazione dei nostri scrittori del dopoguerra ", scopre nel radiodramma una forma particolarmente adatta a esprimere la dolente rarefazione della realtà in cui quella generazione letteraria si estingueva. Nella dimensione immateriale del teatro alla radio diventa possibile assemblare ancora una volta i residui di un qualche realismo, e comporli in una drammaturgia spettrale di voci musica suoni. Mannuzzu riprende in mano certi elementi ordinari del teatro borghese – infedeltà coniugali, conflitti coi figli, le disgrazie che impongono di misurarsi col mistero del vivere – e li colloca in una Sardegna quasi astratta, connotata poco più che dai suoi stessi toponimi, o da una semplice suggestione di cielo e mare come presenze indeterminate e primordiali, che amplificano il vuoto dove i personaggi " agiscono ", e il silenzio dove si perderanno le loro parole.

Come fanno i giovani universitari, già pieni di impegni e di libri da studiare, a trovare il tempo e il desiderio per infilare nelle loro giornate anche la Lectio divina? Non suonerà piuttosto old fashion una proposta del genere? Certo, non è per tutti. Occorrono alcuni ingredienti non sempre facili da trovare nella medesima persona: un minimo di fede cristiana, alcuni minuti al giorno e il coraggio di provarci, fidandosi di chi assicura che ci saranno dei vantaggi. La vita universitaria è infatti ricca di stimoli, non solo intellettuali ma anche affettivi e spirituali. L'approccio critico alla realtà, in tutte le sue sfumature, pone domande che non possono girare attorno alla fede, ma devono interrogarla. Non è possibile che la fede rimanga bambina, quando la ragione diventa adulta. La fede non è un soprammobile donato una volta per sempre, che richiede al massimo qualche spolveratina; è un organismo vivo, si rafforza o si attenua con noi, può crescere ma può anche diminuire o spegnersi.

Siamo tutti dei brand. Ci proponiamo al mondo. Il brand è l'identità del nostro successo. «Un marchio per una società è come la reputazione di una persona. Puoi guadagnare reputazione, cercando di fare bene le cose difficili». (Jeff Bezos) Il Brand Journalism nasce nel 2003 dall'intuizione di Larry Light, Chief Marketing Officer di McDonald's. «L'intelligenza emotiva nel giornalismo, come nella vita è essenziale per una #comunicazione di successo» (Karin Wahl-Jorgensen). In questo libro partiamo dall'intelligenza emotiva nel giornalismo, PNL e giornalismo, il potere delle parole. Il Milton Model per il giornalismo e la scrittura persuasiva, agli "attacchi" ("lead") per farsi leggere per arrivare al Brand Journalism del successo. Pochi concetti di comunicazione hanno avuto un'ascesa strepitosa e rapida come il brand journalism, giornalismo di impresa. Le attività giornalistiche dei brand erano relegate nella categoria del marketing dei contenuti e talvolta sono anche state descritte come giornalismo aziendale. Sebbene quest'ultimo sia una vecchia pratica, il suo sviluppo negli ambienti digitali lo ha elevato a una nuova costellazione integrata nella galassia del giornalismo.

Questo mio quindicesimo libro nasce dalla passione del racconto (e studio) dei valori del successo in generale e in particolare di quello imprenditoriale e manageriale. Da sempre il giornalismo racconta storie, fatti che ritiene importanti e significativi per i lettori. Raccontare il successo, la determinazione, l'impegno nel mondo del lavoro è rendere omaggio a chi sostiene l'economia del nostro Paese e gli fa onore all'estero. È anche un servizio al lettore, il quale può prendere spunto e lavorare su delle intuizioni per realizzare il sogno di qualcosa di utile a moltissime persone. Questo deve essere fatto con intelligenza emotiva perché – come diceva Dale Carnegie – «Quando trattiamo con la gente, ricordiamo che non stiamo trattando con persone dotate di logica. Noi stiamo trattando con creature dotate di emozioni, creature agitate da pregiudizi e motivate dalla superbia e dalla vanità». Queste ultime, insieme all'invidia allontanano dalla mentalità vincente di chi è sempre pronto ad imparare, crescere e migliorare. Vedremo esempi di mie interviste a imprenditori italiani anche miliardari, che non si sono alzati la mattina con l'intento di arricchirsi, ma che con la loro determinazione, passione, sacrificio e rischio hanno arricchito molti con la genialità dei loro prodotti e servizi. È chiaro che il brand journalism non è solo questo, ma lo è per me. Ecco perché io lo chiamo "Brand Journalism del successo", centrato sui protagonisti del successo imprenditoriale e manageriale. Dopotutto, se il brand journalism non è rivolto al successo, che senso ha?

Monografie

Grafologia teorica di personalità

Giovanni Boine - Amici della «Voce» - Vari (1904-1917)

Vite che sono la tua

Scrittori si diventa

Ri-nascita

***Der Band versammelt Beiträge aus der evangelischen und katholischen Theologie, Judaistik, Islamwissenschaft und Arabistik, Religionswissenschaft, Philosophie und klassischen Philologie. Sie alle widmen sich der Frage, ob es in Religion und Theologie Entwicklung geben kann - eine Debatte, die sich von der Antike über das Mittelalter bis in die Neuzeit verfolgen lässt: Kann etwa im Verhältnis von griechisch-römischen Kulturen, Judentum, Christentum und Islam von ›alten‹ und ›neuen‹ Religionen gesprochen werden? Wie werden in ihnen jeweils die Begriffe ›alt‹ und ›neu‹, ›Fortschritt‹ und ›Modernität‹ geltend gemacht? Diese lang tradierten Fragen gewinnen in der Gegenwart eine dringliche Aktualität, etwa bei der Suche nach Antworten auf die vieldiskutierte ›Glaubenskrise: der christlichen Kirchen oder bei der Forderung nach einem ›modernen‹ Islam. The volume brings together contributions that presents perspectives on the topic from different academic disciplines (protestant and catholic theology, Jewish studies, Islamic and Arabic studies, religious studies, philosophy, classical philology). The debate about whether there can be development in religion and theology can be traced from antiquity through the middle ages to modern times: Can we speak of "old" and "new" religions in relation to Greco-Roman cults, Judaism, Christianity and Islam? How are the terms "old"/"new", "progress" and "modernity" asserted within one and the same religion and its theology? These old questions are becoming urgently topical in the present - often completely unreflected - for example when looking for answers to the much-discussed crisis of faith in the Christian churches or when calling for a "modern" Islam. Volete scrivere un romanzo visivamente forte? Filma il tuo romanzo analizza in profondità la tecnica cinematografica per gli scrittori di fiction. Nessun altro libro sul mestiere di scrivere vi insegna il segreto di come “Mostrare, non raccontare”. Gli autori di best-seller di ogni genere conoscono il segreto per catturare l’attenzione dei lettori mostrando, non raccontando la loro storia. Ma agli scrittori non viene insegnato come “mostrare” le scene in modo cinematografico. Senza un metodo chiaro, conciso, e preciso per la costruzione di scene dinamiche, uno scrittore probabilmente finirà con il creare un romanzo piatto, senza vita. I registi, gli sceneggiatori utilizzano la tecnica cinematografica per creare capolavori visivi, e gli scrittori di romanzi POSSONO adattare i loro metodi alla loro scrittura narrativa. Con “Filma” il tuo romanzo, è possibile potenziare la vostra storia! Sol Stein, nel suo libro Stein on Writing ha detto, “I lettori, condizionati da film e TV, sono abituati a vedere le storie. L’esperienza di lettura. . . è sempre più visiva.” Gli scrittori di romanzi di oggi, indipendentemente dal genere, devono imparare la narrazione cinematografica, perché questo è ciò che i lettori vogliono! All'interno, troverete: Il vero segreto del “Mostrare, non raccontare” e come sia tutta una questione di “momenti” Più di una dozzina di “inquadrature” che gli scrittori di romanzi possono prendere in prestito dagli sceneggiatori e dai registi per creare grandi scene Istruzioni su come mettere insieme le inquadrature per creare segmenti di scena cinematografici Esempi da romanzi e sceneggiature che mostrano ogni aspetto della tecnica cinematografica Come elaborare un sistema di immagine tematico delle principali inquadrature, idee dominanti e immagini Modi per utilizzare colori, forme, suoni, e angoli per un effetto subliminale intenzionale incontri con scrittori ebrei***

**Omelie sui vangeli domenicali. Anno A**

**Luce è la tua parola. Dialogo interreligioso e annuncio del Vangelo**

**Spazi Riflessivi in Passeggeri Notturni**

**Filma il tuo romanzo: tecniche cinematografiche per potenziare la tua scrittura**

**Parlando con Sartre**