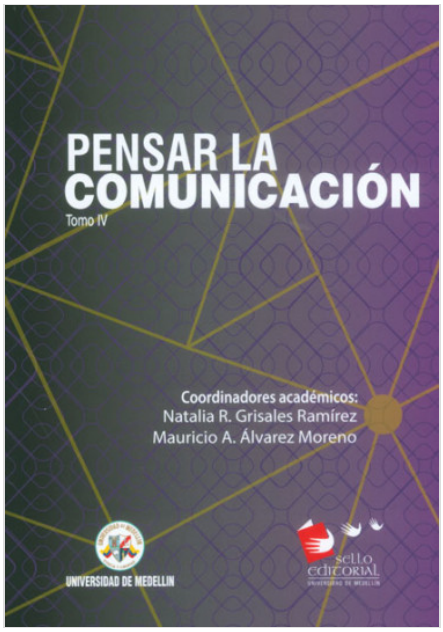
Pensar la comunicación. Tomo IV



Autor

Varios Autores

Sinopsis

La conmemoración de los 20 años de existencia de la Facultad de Comunicación es el escenario propicio para entregar a la comunidad el cuarto tomo de Pensar la comunicación, propuesta editorial de la Facultad a través de su Centro de Investigación en Comunicación, CIC, cuyo interés se proyecta a dar respuesta a los propósitos de la Universidad de Medellín en materia de investigación, a través de la generación de material tanto de nuevo conocimiento, como de apropiación social del mismo. En esta ocasión, y en consecuencia con el aniversario que nos convoca, la cuarta edición presenta algunas reflexiones en torno a aquellas propuestas académicas e investigativas en su momento arriesgadas, pero sobre todo innovadoras y visionarias que, teniendo a la comunicación como eje medular, han configurado el sello diferencial y exclusivo de nuestra Facul¬tad a nivel local, nacional e internacional. Nos encontramos entonces con textos que exponen en una perspectiva diacrónica, lo que ha sido la configuración teórico-metodológica de los programas de pregrado en Comunicación y relaciones corporativas, Comunicación gráfica publicitaria, Comunicación y lenguajes audiovisuales, y Comunicación y entretenimiento digital, así como del campo de investigación que propone lo político, lo público y lo privado en las relaciones públicas y el gran campo de Mediación y procesos comunicacionales, que recoge las distintas líneas en las que se inscriben las investigaciones realizadas en la Facultad.

Impreso

Año de publicación: 2015

Presentación: Tapa blanda o Bolsillo

Tamaño: 24 x 17 cm

Número absoluto de páginas: 330 Páginas

ISBN13: 9789588922294

$44.000 COP

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen

Por supuesto cada uno de los textos ofrece además de la mirada retrospectiva, el análisis en prospectiva de lo que es hoy y muy probablemente pueda ser el futuro de cada una de estas apuestas académicas e investigativas. No cabe la menor duda de que este juicioso ejercicio de revisión y reflexión del quehacer de la Facultad de comunicación de la Universidad de Medellín durante estos primeros 20 años, es un aporte significativo a esa necesaria labor de construcción de la memoria institucional a partir de tan innovadoras formas de acceder al objeto de estudio de la comunicación, que habrá de impactar diversos ámbitos de la sociedad.



Sobre el autor

Varios Autores

2026 © Sistema Integrado de Metadata Estandarizada desarrollado por Hipertexto - Netizen