Publicado en *Coordinación General de Comunicación Social* (https://www.comsoc.udg.mx)

Presentan académicos dos libros para entender la relación de los medios y las audiencias

En el marco de los 10 años de la licenciatura en Comunicación Pública del CUCSH

Ante un panorama en el que la inmediatez es tan cotidiana que parece invisible, académicos e investigadores del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH) [1], de la Universidad de Guadalajara (UdeG), publican libros especializados para describir y repensar la comunicación y su relación en los medios.

Sobre el libro *Mediatización social. Poder, mercado y consumo simbólico*, de autoría de Pablo Arredondo Ramírez, el académico del Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara, Juan Carlos Villalobos Revello, opinó que el trabajo describe a la mediatización como un encuentro entre economía, cultura, política e intercambio de información.

“La omnipresencia de los medios ha modificado nuestros patrones de conducta y de convivencia a lo largo de la historia moderna, al grado de afectar la organización política y económica de las sociedades”, mencionó.

Ante los tiempos electorales próximos, Villalobos Revello insistió en la importancia del libro que se compone de cuatro ensayos, para estar alerta sobre la guerra sucia mediática, por medio de *bots* y la divulgación de noticias falsas.

“El libro del doctor Arredondo es un recorrido de distintas teorías de la comunicación que han abordado el fenómeno de la mediatización desde muy diversos puntos de vista”.

El doctor en Ciencias Sociales, Raúl Fuentes Navarro, del libro *Comunicación, campo(s), teorías y problemas* –del doctor Carlos Emiliano Vidales, coordinador de la carrera de Comunicación Pública y del argentino Eduardo Vizer, doctor en Sociología–, dijo que “trata de desarrollar un modelo de teorización de la comunicación de fondo, se pregunta por qué la comunicación es importante, un recurso y un derecho social que hay que cultivar y cuidar”, mencionó Fuentes Navarro.

Comunicación, campo (s), teorías y problemas –con un costo de 400 pesos– y *Mediatización social. Poder, mercado y consumo simbólico* –de 160 pesos– pueden adquirirse en el Instituto de Investigaciones en Innovación y Gobernanza (ubicado en calle Ámsterdam 1537, colonia Arcos Vallarta).

A T E N T A M E N T E
"Piensa y Trabaja"
Guadalajara, Jal., 31 de marzo 2017

Texto: Dania Palacios
Fotografía: Adriana González

Etiquetas:
Pablo Arredondo Ramírez [2]

URL Fuente:
https://www.comsoc.udg.mx/noticia/presentan-academicos-dos-libros-para-entender-la-relacion-de-los-medios-y-las-audiencias

Links
[1] http://www.cucsh.udg.mx/
[2] https://www.comsoc.udg.mx/etiquetas/pablo-arredondo-ramirez