

La sociedad del desconocimiento

Comunicación posmoderna y transformación cultural

José Francisco Serrano Oceja

El imparable progreso de los medios de comunicación, la incorporación de las técnicas de Big Data y del Blockchain, el predominio del «algoritmo» en la relación con las audiencias, son síntomas de la comprensión tecnológica dominante de la comunicación. Pero esta forma de entender una de las realidades que definen nuestro tiempo es reduccionista respecto a otras maneras más completas de acercarnos la comunicación a la teoría y a la práctica. Este volumen pretende recuperar algunos de los principales temas de la perspectiva humanística de la comunicación, como forma de contribuir a ampliar el horizonte de la práctica comunicativa y del periodismo. Apuesta por la antropología como clave de la comunicación, en un mundo que ha olvidado lo que las humanidades, la Paideia y la retórica han contribuido al desarrollo cultural de nuestra civilización. También profundiza sobre la aportación de la Iglesia a la comunicación, en esta clave de entender la Iglesia como una institución experta en humanidad, por tanto, experta en comunicación.



José Francisco Serrano Oceja

José Francisco Serrano Oceja es doctor en Ciencias de la Información y en la actualidad es profesor titular acreditado de la Universidad CEU San Pablo. Ha sido decano de la Facultad de Humanidades y CC. de la Comunicación del CEU San Pablo durante nueve cursos. Periodista, colabora en varios medios, entre otros, ABC, ABC Cultural, Cadena COPE, Radio Internacional y Religión Confidencial. Es autor, entre otros libros, de Enciclopedia de la comunicación, Medios de comunicación. Guía para padres y educadores y de más de medio centenar de artículos científicos sobre periodismo, retórica de la comunicación y periodismo especializado. En esta casa ha publicado Cincuenta años de la Conferencia Episcopal Española(2016) junto a Pablo Martín de Santa Olalla y La sociedad del desconocimiento(2019).



Colección: Nuevo Ensayo
Serie: Comunicación y Sociedad
Materia: Estudios mediáticos,
Estudios de comunicación
144 páginas
15 x 23 cm
ISBN: 978-84-9055-967-3
PVP: 14.5€

