

Juan Benavides ha publicado "La investigación en comunicación y publicidad: nuevos temas y problemas" en la revista *Questiones Publicitarias*. A continuación se puede leer un breve resumen y palabras clave del texto:

Resumen:

En los últimos treinta años, la comunicación y la publicidad han cambiado de un modo profundo tanto en sus prácticas profesionales como en las líneas de investigación que se han desarrollado en el ámbito académico. Estos procesos están generando en los profesionales y en la propia sociedad nuevas formas de comprender la comunicación, que se están trasladando a generaciones de estudiantes y profesionales en la línea de conformar una sociedad más proporcionada, equitativa y justa.

El objetivo de este artículo es realizar un breve resumen de los temas de de investigación en comunicación, tanto audiovisual como publicitaria, lo que proporciona una inestimable información para comprender qué sucede realmente en la sociedad mediática.

Palabras clave: comunicación, publicidad, empresa.

Abstract:

In the last thirty years, communication and advertising have changed in profound ways both in their professional practices and in the academic research. These processes are generating new forms of understanding communication by professionals and society, and also by new generations of students and professionals, on the line to form a more proportionate and fair society. The purpose of this paper is a brief summary of the research topics in communication, both audiovisual and advertising, providing an invaluable information to understand what actually happens in the media society.

Key words: communication studies, advertising, business.

Referencia bibliográfica: Benavides, J. (2012). La investigación en comunicación y publicidad: nuevos temas y problemas. "Questiones Publicitarias", volumen I, nº 17, Enero - Diciembre. pp. 71 - 93.

[Lee el texto íntegro aquí](#)