

# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA**



## **INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS HUMANAS**

**CARRERA**  
**Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual**

**ASIGNATURA**  
**Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual**

**DOCENTE RESPONSABLE**  
**Sgammini, Marcela**  
**Ortiz, Claudia Isabel (Primer semestre)**

**CUERPO DOCENTE**

**Ciclo Lectivo: 2015**

# INDICE

I- IDENTIFICACION DEL PROGRAMA

II- OBJETIVOS DEL CURSO

III- CONTENIDOS

IV- METODOS DE EVALUACION

V- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

VI- LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS

VII- BIBLIOGRAFIA

## **I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO**

**DENOMINACIÓN:** Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual

**CÓDIGO**

**CICLO:** Ciclo de Formación Orientada

**CARRERA:** Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual

**INSTITUTO:** INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS HUMANAS

**UBICACIÓN EN EL PROGRAMA DE ESTUDIOS:** Anual-primer año

**CRÉDITO HORARIO SEMANAL:** 2 horas

**CRÉDITO HORARIO TOTAL:** 64 hs

**CONDICIONES PARA CURSAR / RENDIR**

De acuerdo al Plan de Estudios vigente la materia no posee correlatividades para cursar ni rendir.

**DÍAS Y HORARIOS DE CLASES DE CONSULTA.**

**Miércoles de 14 a 16 hs.**

## **II – OBJETIVOS DEL CURSO**

### **OBJETIVOS GENERALES**

1. Desarrollar capacidades de comprensión e interpretación de los procesos comunicacionales contemporáneos, en particular, referidos a la comunicación audiovisual a partir de diversos enfoques teóricos.
2. Reconocer los aportes teórico-metodológicos de cada perspectiva con respecto al abordaje de la comunicación masiva y el papel de los medios de comunicación.
3. Interpretar críticamente el vínculo entre comunicación audiovisual, cultura y sociedad para evitar la naturalización de lo mediático.
4. Analizar las características de los aportes de los estudios en y desde Latinoamérica sobre la problemática de la comunicación audiovisual.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Aplicar los conceptos teóricos al análisis de casos concretos de la realidad audiovisual contemporánea.
2. Identificar en la historia de los medios de comunicación audiovisuales, los valores socio-culturales, que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimiento disciplinares y competencias profesionales.
3. Analizar los factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos que configuran el sistema de medios y sus consecuencias en la organización de los medios, en la elaboración y difusión de sus contenidos.
4. Desarrollar la capacidad de trabajo en equipo, de comunicación de sus propias ideas e integración par a la elaboración de proyectos en común orientados a obtener resultados.

### III – CONTENIDOS

#### **UNIDAD 1: La comunicación como objeto de estudio científico**

1. Definir la teoría: Componentes, objetivos y paradigmas de las ciencias sociales.
  - 1.1. La comunicación como ciencia social: un campo multidisciplinar. Delimitación del objeto de estudio de las teorías de la comunicación: comunicación, información, comunicación mediática y audiovisual. Componentes y características del proceso comunicativo mediático. Modelos de análisis.
2. Las relaciones entre comunicación audiovisual, sociedad y cultura.
  - 2.1. Los orígenes de la comunicación audiovisual. Características de la comunicación de masas. Interacción, mediación y comunicación.
  - 2.2. Contextos históricos y los procesos de mediación. Definición y evolución histórica de los medios audiovisuales. La institucionalización de los medios audiovisuales.

#### **UNIDAD 2: Las perspectivas positivistas sobre la comunicación audiovisual: conductismo, funcionalismo y evolucionismo**

1. La Teoría de la Sociedad de Masas. La hipótesis de la Aguja hipodérmica y el inicio del estudio de los efectos de las comunicaciones de masa. El modelo de Laswell. Fases del estudio sobre los efectos: Mass Communication Research. El paradigma de los efectos limitados. La influencia personal y el papel de los líderes de opinión. Los aportes de la psicología empírico-experimental al estudio de la persuasión. Cine y propaganda en los estudios de Carl Hovland. Perspectivas actuales de los estudios de la persuasión.
  - 1.2. La renovación de los aportes de la Mass Communication Research. El paradigma de los efectos fuertes bajo condiciones limitadas. Estudio del efecto de “Agenda Setting”. Primer y segundo nivel de agenda. Teoría del encuadre (framing). Aportes metodológicos.
2. La sociología funcionalista. Supuestos teóricos. Las funciones de los medios de comunicación según Laswell. Las funciones y la disfunción de

- los medios: la propuesta de Lazarsfeld y Merton. Enfoques evolucionistas: el difusionismo y la tecnología. La hipótesis de usos y gratificaciones.
3. La teoría de los indicadores culturales y el análisis de cultivo. Presupuestos del modelo y tendencias de la investigación sobre la influencia simbólica de la televisión. . Los medios y la construcción social de la realidad. Teorías sobre la televisión y distintos abordajes.

### **UNIDAD 3: El lugar de la comunicación en las sociedades contemporáneas.**

1. La perspectiva crítica alemana: La Escuela de Frankfurt. Contexto sociopolítico de los orígenes y desarrollo de la Escuela de Frankfurt. Enfoques filosóficos que nutren el abordaje crítico de la sociedad de masas.
  - 1.1. Filosofía y Teoría crítica. Industria cultural y el concepto de pseudocultura: la alienación. La primera generación de estudios: los aportes de T. Adorno, M. Horkheimer y H. Marcuse. La perspectiva de Adorno sobre la televisión.
  2. Arte y reproducción técnica: la concepción estético-crítica benjaminiana sobre la fotografía y el cine.
  3. La Perspectiva semiótica de la comunicación. Panorama general.

### **UNIDAD 4: Cultura y comunicación: los aportes de los Estudios Culturales ingleses**

1. La inscripción cultural de los procesos comunicacionales. Cultura, materialismo y hegemonía. Los aportes de R. Hoggart y R. Williams al estudio de la comunicación masiva y la cultura. Los medios de comunicación como medios de producción.
  - 1.1. Ideología y comunicación: la complejidad del proceso de emisión y recepción: Codificar y decodificar. Los aportes de Stuart Hall.
  - 1.2. Domesticidad y recepción: el análisis de David Morley. La etnografía de audiencias.

### **UNIDAD 5: Tradiciones y perspectivas sobre la comunicación en América Latina.**

1. Los estudios de comunicación y cultura en América Latina: trayectorias y problematizaciones.
  - 1.1. Crítica y denuncia: los medios de comunicación como aparatos ideológicos. Perspectiva marxista y semiológica. Las críticas a los

modelos de investigación en comunicación de Estados Unidos. Los debates sobre la constitución de una teoría de la comunicación desde América Latina.

- 1.2. La influencia de los Estudios Culturales ingleses y el desplazamiento de la denuncia ideológica hacia el estudio de las mediaciones. Los estudios de recepción y la cultura popular. Comunicación alternativa: experiencias en radio, televisión y cine.
2. Culturalismo e institucionalización del campo de estudios. Consumos culturales e hibridación. Consumo de medios de comunicación y construcción de la identidad. Ejes orientadores para el estudio de la relación entre formación de identidades y medios. Tres objetos de estudio básicos: a) la significación que opera en la producción cultural-mediática, b) El texto mediático como parte de la discursividad social; c) La significación y el momento de la recepción. El papel de la representación mediática de la identidad.

**UNIDAD 6: Las Tecnologías de la comunicación e Información: los nuevos regímenes culturales de oralidad/literalidad/visualidad.**

1. La comunicación audiovisual en el contexto de la realidad digital. El paradigma tecnológico y sus paradojas. Nuevos medios, nuevos textos. La centralidad de la comunicación audiovisual en la Sociedad Red. La compleja convivencia en la experiencia cultural de América Latina de la oralidad y la visualidad tecnológica.
2. La mediación tecnológica del conocimiento: Las nociones de Sociedad de la Información y sociedad del conocimiento.

## IV – MÉTODOS DE EVALUACIÓN

### CONDICIONES DE CURSADO – REGULARIZACIÓN – APROBACIÓN

Para **regularizar** la materia el alumno deberá contar con los siguientes requisitos:

- asistencia del 80% a las clases y la aprobación de los trabajos prácticos con una calificación mínima de 4 (cuatro).
- dos exámenes parciales, que deberán aprobarse con un mínimo de 4 (cuatro) cada uno.
- Contará con una instancia de recuperación de uno de los dos parciales realizado (solamente).

Para **promocionar** la materia los alumnos deberán contar con los siguientes requisitos:

- asistencia del 80% a las clases y la aprobación de los trabajos prácticos con una calificación mínima de 7 (siete) o superior. Aprobación de dos exámenes parciales, que deberán aprobarse con un mínimo de 7 (siete) o superior.
- Modalidad de examen final: Trabajo final integrador -a partir de una problemática a elección del alumno- que permita poner en debate los textos desarrollados a lo largo de la materia y la especificación en un caso concreto de análisis. El alumno presentará este informe en un coloquio final.
- Los alumnos **Libres** rinden a programa completo con el desarrollo de la bibliografía básica y complementaria. El examen consta de dos partes: una escrita y otra oral.

### REQUERIMIENTOS

**Materiales:** notebook y cañón.



## V – CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

<b>Mes</b>	<b>Actividad</b>
Abril	Desarrollo Unidad 1
	<b>Primer Práctico</b>
Mayo	Desarrollo Unidad 2
	<b>Segundo Práctico</b>
Junio	Desarrollo Unidad 3
	<b>Primer parcial</b>
Julio	(continuación Unidad 3)
	<b>Receso invernal</b>
Agosto	Desarrollo Unidad 4
	<b>Tercer Práctico</b>
Septiembre	Desarrollo Unidad 5
	<b>Cuarto Práctico</b>
Octubre	(continuidad Unidad 5-Inicio Desarrollo Unidad 6
	<b>Segundo Parcial</b>
Noviembre	Desarrollo Unidad 6
	<b>Quinto práctico</b>

## **VI – LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS**

Esta materia apunta a introducir a los alumnos a una serie de problemáticas que constituyen el campo de los estudios sobre la comunicación y, en particular, de la comunicación audiovisual. Se pone énfasis en la relación que existe entre la emergencia de ciertos problemas y/o interrogantes de investigación y sus contextos socio-históricos. Este aspecto permitirá a los alumnos reconocer las dimensiones epistemológicas, ontológicas, axiológicas y metodológicas que subyacen a cada paradigma y teoría de la comunicación. En este sentido, la tarea docente se convierte en un articulador-facilitador de la lectura de los diversos textos propuestos. A tal fin, se propone una bibliografía de autores clásicos representativos de cada teoría y textos que completan o interpretan dichas posturas. La tarea docente se acopla con la lectura comprensiva sistemática y la resolución de trabajos prácticos que se ofrecen como una instancia de transferencia de conocimientos. Es relevante el debate y la discusión áulica, así como la explicitación grupal o individual de las dudas que pudieren surgir.

El curso está organizado en base a clases teórico-prácticas. En todas las clases se combinarán diversas estrategias de enseñanza y materiales de aprendizaje:

Clases expositivas-dialogadas, confección de mapas conceptuales por parte del docente como disparador de las discusiones grupales.

- Lectura global y focalizada de diversos textos.
- Transferencia de los conocimientos al análisis de casos y/o exposiciones orales por equipo de trabajo, debates grupales.
- Elaboración de informes de lectura y/o monografías.
- Resolución de trabajos prácticos.

Un insumo central de las dinámicas áulicas es la lectura previa de los materiales bibliográficos y hemerográficos sugeridos por el docente y la resolución de las consignas de lectura de los mismos. En relación a este aspecto, los trabajos prácticos están organizados en dos partes. La primera se relaciona con el desarrollo de una actividad de comprensión lectora, de carácter individual. En la segunda parte, se propicia la reflexión a partir de la

aplicación de los conceptos teóricos al análisis de casos concretos de la realidad audiovisual contemporánea. Además, esta actividad está orientada a que el alumno desarrolle capacidades relacionadas con el trabajo en equipo, la exposición oral y el debate.

### **III – BIBLIOGRAFÍA**

#### **Unidad Nro1. La comunicación como objeto de estudio científico**

##### **Bibliografía básica**

- Levis, D. (2009) “La pantalla ubicua”, La Crujía, capítulo 2, Buenos Aires.
- Marafioti, R. (2008) “Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación”, Biblos Editorial, pág.77-92, Buenos Aires.
- Thompson, J. (1998[1997]) “Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación”, Paidós, Capítulo 1: Comunicación y contexto social, Buenos Aires.
- Torrico, E. (2004) “Abordajes y períodos de la Teorías de comunicación”, Norma, Pág.15-28, Barcelona.
- West R. y Turner L. (2005) “Teoría de la comunicación”, Capítulo 1, Mc Graw Hill, Madrid.

##### **Bibliografía complementaria**

- Boni, F. (2008) “Teoría de los medios de comunicación”, Universitat Autònoma de Barcelona-Universitat Jaume I-Universitat Pompeu Fabra-Universitat de Valencia.
- Bougnoux, D. (2005) “Introducción a las ciencias de la comunicación”, Nueva Visión, Buenos Aires.
- Mattelart, A. (1995) “La invención de la comunicación”, Siglo XXI Editores, México.
- Muñoz B. (1989) “ Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas”, Barcanova. Temas Universitarios, Barcelona.
- Vassallo de Lopes, Ma. I.y Fuentes Navarro, R (comps) (2001) “*Comunicación. Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*”, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente”, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara. México.
- Varela, M. “Medios de comunicación e historia: apuntes para una historiografía en construcción”, En *Tram(p)as de la Comunicación*, La Plata, Universidad Nacional de La Plata, Año 2, febrero, Nº 22, pp. 8-17.

#### **Unidad Nro.2. Las perspectivas positivistas sobre la comunicación audiovisual: conductismo, funcionalismo y evolucionismo.**

##### **Bibliografía básica**

Blanco, A. (2002) "Sociedad de masas", En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires.

De Moragas Spa, M. (ed.) (1982) "Sociología de la comunicación de masas", Segunda edición ampliada y revisada. Gustavo Gili, Barcelona.

----- (1984) "Teorías de la comunicación", Gustavo Gili, Barcelona.

Fuentes Navarro, R. (2005) "Everett M. Rogers (1931-2004) y la investigación Latinoamericana de la comunicación", en: Nueva época, Núm. 4, julio-diciembre, pp 93.

Igartua, J. y Humanes, M. (2004) "Teoría e investigación en comunicación social", Parte II, Editorial Síntesis, España.

Lazarsfeld, P. F. y Menzel, H. (1982) "Medios de comunicación colectiva e influencia personal", en W. Schramm (comp.): *La ciencia de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1982.

Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. (1977) "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada", en Muraro, H. (comp.). *La comunicación de masas*, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.

Sádaba, T. (2007) "Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios", La Crujía ediciones, Buenos Aires.

Rubin, A. M. (1996) "Usos y efectos de los media: una perspectiva uso y gratificaciones", En J. Bryant y D. Zillmann: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías*, Paidós, Barcelona.

### **Bibliografía complementaria**

De Fleur M. y Ball-Rokeach, S. (1982) "Teorías de la comunicación de masas", Paidós, Buenos Aires.

Mc Quail, D. (1994) "Introducción a la teoría de la comunicación de masas", Editorial Paidós, Barcelona.

Mattelart, A. y M. (1997) "Historia de las teorías de la comunicación", Paidós, cap. 2 y 3, Buenos Aires.

Muñoz, B. (1989) "Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas", Barcanova Temas Universitarios, Cap I pp.24-61, Barcelona.

### **Unidad Nro.3. El lugar de la comunicación en las sociedades contemporáneas.**

#### **Bibliografía básica**

Blanco, A. (2002) "Cultura de masas", En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*, Paidós, Buenos Aires.

Blanco, D. y Bendezú, R. (1988) "Semiótica y comunicación. Correlaciones", en Diálogos de la Comunicación N°22, FELAFACS, Perú. [En línea: <http://www.felafacs.org/files/blanco-bendezu.pdf>]

Entel, A. et al. (2000) "Los '40. El exilio. Dialéctica del Iluminismo", en *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*. Pgs. 114-129. Buenos Aires, Eudeba.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998): "Prólogo" y "La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas", en *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Pgs. 51-58; 165-212. Valladolid, Trotta.

Benjamin, W. (1989), "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en Benjamin, W. *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires.

Vidales Gonzáles, C. (2010) "Semiótica y teoría de la comunicación", Colección. Altos Estudios N° 23 México.

### **Bibliografía complementaria**

Del Rey Morató, J. (2004) "Adorno y la crítica de la cultura de masas", en *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)* 4, 9, 41-67.

Jay, M. (1974) *La Imaginación Dialéctica*, Taurus, Madrid.

Gandler, Stefan (2009) *Fragmentos de Frankfurt*, Siglo XXI Editores, España.

Fabbri, P. (2004 [1988]) "El giro semiótico", Gedisa, Barcelona.

Vilches, L. (1988) "Algo más que buena vecindad entre semiótica y comunicación de masas", en Diálogos de la Comunicación N°22, FELAFACS, Perú. [En línea: <http://www.felafacs.org/files/vilches.pdf>]

## **Unidad Nro.4. Cultura y comunicación: los aportes de los Estudios Culturales ingleses**

### **Bibliografía básica**

Curran, J. et al. (comps.) (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Paidós, Barcelona.

Grandi, R. (1995) "Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad", en R. Grandi: *Texto y contexto en los medios de comunicación*, Bosch, Barcelona. [En línea: <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=91>]

Fiske John (1987) "Los estudios culturales británicos y la televisión". En: Robert Allen (ed.), *Channels of discourse. Television and contemporary criticism*. North Carolina, University of North Carolina Press.

Hall, S. (1981): *Encoding/Decoding in television discourse*. Culture, Media, Language. Hutchinson, Londres (traducción de Silvia Delfino para la Cátedra T.y P. de Comunicación I, UBA)

Morley, D. (1996) "Televisión, audiencias y estudios culturales", Amorrortu, Buenos Aires

Williams, R. (2000): *Marxismo y literatura*. Península, Barcelona.

### **Bibliografía complementaria**

Cevasco, María Elisa (2003) *Para leer a Raymond Williams*, Universidad de Quilmes Ediciones, Buenos Aires.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Barcelona.

Muñoz, B. (2005) "La cultura como análisis de la cotidianeidad. La escuela de Birmingham y la vida cotidiana", en Muñoz, B. *Modelos culturales. Teoría sociopolítica de la cultura*, Anthropos, México.

### **Unidad Nro.5. Tradiciones y perspectivas sobre la comunicación en América Latina**

#### **Bibliografía Básica**

Beltrán, R. (1982) "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". En: De Moragas Spa, M.(ed.), *Sociología de la comunicación de masas*. Segunda edición ampliada y revisada. Gustavo Gili, Barcelona.

García Canclini, N (2008[1990]) "*Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*", Paidós, Buenos Aires.

\_\_\_\_\_ (1995) "El consumo sirve para pensar", en *Consumidores y ciudadanos*, México, Grijalbo.

Castelló, Enric (2008) "*Identidades Mediáticas, Introducción a las teorías, métodos y casos*", UOC Press, Barcelona.

Entel A., Lenarduzzi, V. y Gerzovich, D. (1999). "La Escuela de Frankfurt en América Latina". Publicado en Entel, A. y otros. *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*, Eudeba, Buenos Aires.

Grimson, A. y Varela, M.(2002) "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina", en: Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano

Martín Barbero, Jesús (2003[1987]) "De los medios a las mediaciones", Convenio Andrés Bello, Colombia.

Muraro, H. (1974) "Contradicciones del concepto manipulación", en *Neoliberalismo y comunicación de masa*, Bs.As., Eudeba, 1974, págs. 92-101.

Pasquali, A. (1990) "Prefacio a la segunda edición", en *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila (primera edición 1963), págs. 11-34

Orozco Gomez, Guillermo (coord.) (2002) "Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina", Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.

Pereira, J. y Villadiego Prins, M. (2003) "*Comunicación, cultura y globalización*", Centro Editorial Javeriano, Colombia.

Schmucler, Héctor (1997) "Memoria de la comunicación", Editorial Biblos, Buenos Aires.

### **Bibliografía complementaria**

García Canclini, N. (1997) "*Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*", Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.

Fuentes Navarro, R. (1992) "El estructuralismo y el denunciismo", en *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, México, FELAFACS.

Martín Barbero, J. (1995), "Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático", *Diálogos* n° 41

Ortiz, R. (1995) "Notas sobre la problemática de la globalización de las sociedades", en *Diálogos* n° 41.

Saintout, F. (2003) "Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico", Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata.

Sunkel, G. (2002) "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", en Daniel Mato (coord.): *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*. Caracas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela.

## **Unidad Nro.6. Las Tecnologías de la comunicación e Información: los nuevos regímenes culturales de oralidad/literalidad/visualidad.**

### **Bibliografía básica**

Eco, U. (1994). "Tv: la transparencia perdida", en *La estrategia de la ilusión*, Lumen, Buenos Aires.

Darley, A. (2003) "Cultura digital:Espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación, Vol.139, Paidós Comunicación

Igarza, R.(2008) "Nuevos Medios. Estrategias de convergencia", La cruzía Ediciones, Buenos Aires.

Lévy, P. (2007) "Cibercultura. La cultura de la sociedad digital". *Anthropos*, pág.5-14,México.

Morley, D. (2008) "Medios, Modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura", GEDISA, Buenos Aires.

Scolari, Carlos (2008) *Hipermediaciones*". Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva", Gedisa, España.

### **Bibliografía complementaria**

Ford, A. (1994) "Navegaciones", Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Landi, O. (1992) "Prólogo" y "El videoclip, lenguaje fin de siglo", en *Devórame otra vez*, Bs. As., Planeta.

Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999) "*Los ejercicios del ver*", Gedisa, Barcelona.

Sarlo, B. (1992) "La teoría como chatarra. Tesis de Oscar Landi sobre la televisión", en Revista *Punto de Vista* n 44.

Thompson, J. (2005) "La nueva visibilidad", *Papers* Nro78, pp.11-29 [En línea: [www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/40271/40559](http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/40271/40559)]

Wolton, D. (2005) "*Pensar la Comunicación*", UNTREF-Prometeo Libros, Buenos Aires.