PROGRAMA DE

INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Plan: 2005

Año: Primero

Res. H. Nº 573/25

Horas semanales: 3 hs

Prof. Adj. a cargo: Lic. Mariana I. Valdez

J.T.P. Lic. Mariano Caro; J.T.P. Dra. Cinthia Natalia Gonza; J.T.P. Lic. Pablo Alejandro Ríos

Adscriptes estudiantes: Agustina Oviedo; Natalia Palma

Adscriptes Profesionales: Francisco Rendón Rea

Régimen: Anual

Horarios: 2 horas de Teoría (viernes) y Prácticas 1 hora, por cada comisión práctica (lunes, miércoles y viernes).

OBJETIVOS

- Colaborar en la apropiación de los aspectos centrales de los principales paradigmas teóricos del campo de las Ciencias de la Comunicación en permanente referencia a las teorías propias de las ciencias sociales en su conjunto.
- Aportar herramientas teóricas y metodológicas provenientes de diferentes líneas del campo de la comunicación con el fin de facilitar la lectura crítica tanto de textos teóricos como mediáticos, comunicacionales en general y culturales.
- Allanar los procesos de apropiación del metalenguaje propio de la disciplina puestos de manifiesto en la producción permanente de textos según los cánones vigentes en la academia.
- Favorecer la construcción de un pensamiento crítico y analítico, capaz de reconocer, describir y operativizar los principales aportes provenientes de las diferentes teorías que se analizarán a lo largo del curso.
- Colaborar en la reflexión acerca de los cambios tecnológicos, sociales y culturales como marco adecuado para el estudio teórico-práctico de la comunicación y la cultura.
- Iniciar la formación de los estudiantes en mínimas prácticas de investigación con la finalidad de formar profesionales críticos y comprometidos con la realidad social local y nacional.

CONDICIONES DE CURSADO

Alumnos regulares: Regularizarán la materia les estudiantes que aprobaran el 100% de los trabajos escritos con valor de examen parcial o de final –cuya modalidad y número se acordaría con anterioridad, como así también el 75 % de los prácticos realizados durante el año o sus respectivos recuperatorios. Del mismo modo, deberán aprobar el 100% de los trabajos grupales llamados “Integradores” de unidad, cuya calificación tendrá valor de examen parcial, o su respectivo recuperatorio. El examen final de la materia será la resolución de consignas por escrito u oral, según decida la/el estudiante.

Alumnos promocionales: Promocionarán la materia les estudiantes que: cumpla con una asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas no inferior al 80%; aprobaran el 100% de los trabajos escritos con valor de examen parcial o de final, con nota 7 o más -cuya modalidad y número se acordarían con anterioridad- como así también el 80% de los prácticos realizados durante el año o sus respectivos recuperatorios. Del mismo modo, deberán aprobar el 100% de los trabajos grupales llamados “Integradores” de unidad, cuya calificación tendrá valor de examen parcial, o su respectivo recuperatorio. Además, el estudiante que se encuentre en condiciones de

promocionar la materia deberá realizar un trabajo cuyas consignas serán entregadas con anticipación y el cual será defendido en un coloquio al finalizar el cursado de la materia.

Alumnos libres: Les estudiantes que por uno u otro motivo no cumplieren con los requisitos de regularidad deberán realizar un examen escrito u oral final frente a un tribunal. Se considerarán textos de lectura obligatoria los que figuran en la bibliografía**.**

METODOLOGÍA

La materia se divide en una parte teórica a cargo del docente adjunto y clases prácticas a cargo de las jefas y los jefes de Trabajos Prácticos. Las clases teóricas consistirán en una exposición de los temas seleccionados mediatizados con diferentes ejemplos comunicacionales fundamentalmente. Se tratará de propiciar la participación de los estudiantes en las exposiciones a los efectos de garantizar la comprensión de los conceptos desarrollados. La metodología implementada en las clases prácticas a lo largo del curso serán las estrategias correspondientes a las modalidades de taller y de seminario a lo que se sumarán las exposiciones de lecturas individuales y grupales para lo cual se utilizarán diferentes técnicas –paneles y mesas redondas, entre otras. Ello permitirá a los alumnos la participación permanente y una práctica continua del discurso teórico tanto en su aspecto oral y como escrito. Además, se implementará el registro, administración y evaluación de trabajos prácticos a través de la plataforma Moodle. Cabe mencionar que se considerarán actividades centrales y obligatorias: la lectura y el comentario áulico permanente de los textos teóricos y la producción permanente de trabajos escritos individuales o grupales que den cuenta tanto de las lecturas realizadas como de la mayor o menor fluidez en la apropiación del metalenguaje propio de la asignatura.

EVALUACIÓN

Se realizará una evaluación procesual, atendiendo al cumplimiento de las tareas previamente acordadas (lecturas, exposiciones, participación, informes, encuestas, exposiciones, etc.) en tiempo y forma. Además de los trabajos prácticos evaluativos y los parciales deberán cumplir con los trabajos integradores al cierre de cada unidad de acuerdo con las características que se propongan en cada uno de los casos.

Los mecanismos de evaluación se apoyan en la Res. H. Nº 350/17, H. Nº 975/11 y modificatorias Res.872/15 y 351/17.

CONTENIDOS

I.- La comunicación como objeto de estudio

I.1 La comunicación como objeto de estudio: La comunicación y ciudadanía. La comunicación en relación a la cultura: Comunicación e interculturalidad. La comunicación y las relaciones de poder. La comunicación como derecho.

I.2. Los escenarios comunicacionales contemporáneos: Un mundo, muchas voces. El informe Mac Bride. La comunicación como forma de construir ciudadanía. El rol de los medios masivos y la construcción de la idea de nación y de cultura. Aproximaciones a los principios básicos de la Ley SCA.

II.- Primeras reflexiones: las Teorías Administrativas como modelos explicativos de la comunicación masiva.

II.1.: Los modelos comunicativos: Formulaciones teóricas y condiciones de producción. Las relaciones con las producciones teóricas de cada instancia.

II.2. Desde la teoría hipodérmica a la teoría del doble escalón: Las primeras formulaciones sobre la comunicación masiva y sus relaciones con la psicología conductista. El problema de la manipulación. Los estudios de la audiencia. Los estudios empíricos en comunicación: consumo y contextos sociales; sistemas de gratificaciones. El rol del líder de opinión.

II.3. Funcionalismo: El concepto de función. Los estudios sobre opinión pública y política en los medios masivos. Los inicios del Pragmatismo.

III. Los modelos explicativos de la comunicación masiva: Teorías críticas o los peligros de la comunicación masiva. Cultura popular y comunicación de masas

III.1. La Teoría Crítica: La Escuela de Frankfurt, Primera generación: Los postulados básicos de Theodor Adorno y Max Horkheimer. Industria cultural y sus efectos en la sociedad de masas. Manipulación como herramienta de dominación. Walter Benjamín: Cultura de masas en la era de la reproducción técnica. Aproximaciones de lo masivo al consumo popular. Alcances de las teorías en las formulaciones actuales.

III.2. Los Estudios Culturales. La Escuela de Birmingham. Williams y sus consideraciones sobre la cultura, la comunicación y las culturas populares. Lo dominante, lo residual y lo emergente. Stuart Hall: El problema de la cultura popular en relación con los medios. Los procesos de recepción/consumo y reproducción en la comunicación. Las lecturas dominantes, negociadas y de oposición. La oposición como resistencia al discurso hegemónico. Hacia la generación de estrategias de lectura de los medios. Las representaciones sociales en la comunicación masiva.

IV. Los estudios de comunicación en y desde Latinoamérica. Comunicación, cultura y liberación.

VI. Los antecedentes de la reflexión teórica en América Latina. Comunicación e imperialismo: Hacia una lectura antiimperialista de la comunicación. Los nuevos escenarios de la comunicación y los debates alrededor de *Comunicación y cultura*. Tomar la propia voz como una práctica liberadora. La comunicación popular y alternativa como práctica contrahegemónica.

IV.2 Poder y comunicación: Muchos mundos y muchas voces. La pedagogía del oprimido: la educación desde el diálogo o desde la imposición de voces. Paradigmas de la comunicación como mercancía y comunicación como derecho humano.

IV.3. Problemáticas actuales en comunicación: Derecho, acceso y comunicación digital. Nuevos formatos, nuevas voces. Interacción virtual y construcción de sentidos. Poder, política y virtualidad. La comunicación mediatizada en la era de las redes.

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS DE CONSULTA

AAVV (2009) Teorías de la Comunicación. Mc Graw-Hill Interamericana Editores, México.

Albornoz, Luis A. (comp) (2011) *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación.* Bs. As.: Paidós.

Arrueta, César, Narcelo Brunet y Juan Guzmán (comp.)(2010) *La comunicación como objeto de estudio. Teoría, metodología y experiencias en investigación*. San Salvador de Jujuy: G-Com-UCSE.

Castels, Manuel (2000) *La era de la información*: *Vol. 1 La sociedad red, Vol. 2 l poder de la identidad y Vol. 3 Fin de milenio* Madrid: Alianza; (2003) *La galaxia Internet* Barcelona: Debolsillo.

Crespo, Regina, & Parra, Daniela. (2017). ¿Estudios culturales latinoamericanos? Reflexiones a partir de algunas antologías. *Latinoamérica. Revista de estudios Latinoamericanos*, (64), 13-37. https://doi.org/10.22201/cialc.24486914e.2017.64.55243

Entel, Alicia (1994) *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos.* Bs. As.: Hernandarias.

De Le Fleur, M. (1982) *Comunicación de masas* Barcelona: Paidós.

Fadeccos (2006) *Identidad y memoria de los estudios de Comunicación en Argentina. Revista Argentina de Comunicación*. Año 1 N° 1. Bs. As.: Prometeo.

Ford, Aníbal, Jorge Rivera y Eduardo Romano (1985) *Medios de comunicación y cultura popular* Bs. As.: Legasa.

Garriga Zucal, J. (2013). "Aplicar Mafia". La violencia como dimensión de un estilo popular. *Avatares de la Comunicación y la Cultura, 0*(3). Recuperado de https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4753

Goffman, Erving (1979). Relaciones en público. Editorial Alianza, Madrid -España.

Lazzaro, Luis (2011) *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Bs. As.: Colihue.

Marafioti, Roberto (2005) *El sentido de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación.* Bs. As.: Biblos.

Martín-Barbero, Jesús (2003) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Mattelart, Armand (2010) *Para un análisis de clase de la comunicación. Introducción a comunicación y luchas de clases.* Ed. Cooperativa El río suena, Buenos Aires.

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

Mattelart, Armand y Héctor Schmucler (1983) A*mérica Latina en la encrucijada telemática*. Bs. As.: Paidós.

Mattelar y Dorfman (1972) *Para leer el pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo* México: Siglo XXI.

McQuail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Moraes, Dênis de (comp) (2010) *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital.* Bs. As.: Paidós.

Moraes, Dênis (2011) *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación.* Bs. As.: Paidós.

Moragas Spa, M. de (Ed.) (1985) *Sociología de la comunicación de masas.* Barcelona: Gustavo Gili.

Moragas, Miquel de (1976) *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona. Península; (1981) *Teoría de la Comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Restrepo, Eduardo, "Estudios culturales en América Latina", en *Revista de Estudos Culturais*, núm.1, São Paulo, usp, 2014. En http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/eeccs-en-al.pdf

Sandoval, Luis (2013) *Medios, masas y audiencias. Lecturas sobre teoría social de la comunicación.* Comodoro Rivadavia: EDUPA.

Verano, Alejandro (Ed.) (2009) *Medios de comunicación en la Argentina. Diagnóstico y perspectiva*. Bs. As.: Prometeo – UNLP.

Torrico Villanueva, Erick R. (2004) *Abordajes, períodos de la teoría de la comunicación* Bs. As.: Norma

Wolf, Mauro (2004) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* Bs. As.: Paidós.

BIBLIOGRAFÍA DE LECTURA OBLIGATORIA[1]

Unidad I.- La comunicación

[1] Cabe aclarar que la misma puede sufrir modificaciones y adecuaciones durante el cursado a los efectos de optimizar el desarrollo de la cátedra. Además, se irán sugiriendo textos de lectura complementaria a lo largo del desarrollo de las clases teóricas y prácticas.

Arancibia, Víctor (2017) 'Los sonidos de la Patria'. Bs. As.: *Página/12* edición del 22 de febrero en https://www.pagina12.com.ar/21618-los-sonidos-de-la-patria

Becerra, Martín (2016-2017) 'La comunicación macrista muestra los dientes' y 'La comunicación comprometida por 1 años por decreto' en http://martinbecerra.worpress.com

Coalición para una comunicación democrática (2016) *21 puntos por el derecho a la comunicación*. Bs As.

ComunicAcción (colectivos de comunicadores) Documentos iniciales para la discusión Y vos ¿cómo te comunicás ahora?. Bs. As.: Fundación Inciativa Sur.

De Charras, Diego; Kejval Larisa; Hernàndez Silvia; Coordinadores (2024). Vocabulario crítico de las Ciencias de la Comunicación. Ciudad autónoma de Bs As, Argentina. Ed. Taurus, pp. 75-79.

Decreto de Necesidad y Urgencia Nº 267/2015 de creación del Ente Nacional de Comunicación, Poder Ejecutivo Nacional.

Foucault, Michel (1984) 'Cómo se ejerce el poder' en *Un parcours philosophique,* Paris: Gallimard.

Grimson, Alejandro (2000) "Dimensiones de la comunicación" en *Interculturalidad y comunicación*. Bs. As.: Norma, pp. 5-94.

Goffman, Erving (1979). *Prefacio y Capítulo 1 (pp 6 – 21) y Signos de vinculación (Cap.5, pp 96-118)* en Relaciones en público. Editorial Alianza, Madrid -España.

Ley Nº 26552 de Servicios de Comunicación Audiovisual "Artículos 1º al 9º", Argentina.

Lewin, Miriam (2021) A 12 años de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, el rol de la Defensoría del Público en la promoción de los derechos de las audiencias y en el trabajo para un periodismo responsable. En *REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social*. Universidad Nacional de La Plata, Argentina. http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/134894

Mac Bride, Sean y otros (1987) 'La comunicación futura. Conclusiones y recomendaciones' en *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo.* México: UNESCO- FCE.

Martín Barbero, Jesús (s/d) 'Teoría investigación producción en la enseñanza de la comunicación' paper.

Uranga, Washington (2005) "La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales" en http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/com_2005.pdf

_____ (2021). "Comunicar para la participación y la incidencia". En *Punto Cero*, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 24-31. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba. http://www.wuranga.com.ar/images/propios/32_propios_participacion_incidencia_W_Uranga_Rev_Punto_Cero_agosto_2021.pdf

Vargas, Teresita y Natalia Zapata (2010) 'II La comunicación como derecho' en *Enredando las prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Bs. As.: San Pablo

Venier, E. (2016). Apropiaciones, necesidades y derechos de la comunicación radiofónica en el norte de Argentina. *Correspondencias & Análisis, (6), 235-257.* https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.13

II.- Primeras reflexiones: las teorías administrativas y los modelos explicativos de la comunicación masiva.

Krippendorf, Klaus (2008) "Fundamentos conceptuales" en *Metodología de análisis de contenidos Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

Lasswell, Harold D. (1985) **"**Estructura y función de la comunicación en la sociedad**"** en Moragas Spá, Miquel, *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.

Lazarsfeld, Paul F. Bernard Berelson y Hazle Gaudet (1962) “El pueblo elige” en *El pueblo elige*. *Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Buenos Aires: Ediciones 3.

Lazarsfeld, Paul Felix “La campaña electoral ha terminado” en: Moragas, Miguel de. *Sociología de la comunicación de masas.* Gustavo Gili, Barcelona, 1985. Publicado originalmente con el título "The election is over", en *Public Opinion Quarterly* n° 53, 1953. Gentileza de Natalio Stecconi

Lazarsfeld, Paul y R. K Merton (1991) “Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada” en *La comunicación de masas*. Bs. As.: CEAL, pp25-48

Marafioti, Roberto (2005) “Cap. 4: Paradigmas de análisis de la comunicación de masas” en ibídem, pp. 139 – 180.

Orwell, George (2002) “1984”. Edición Electrónica de www.philosophia.cl / Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. Santiago, Chile.

Wolf, Mauro (2004) “1. Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media” en ibídem, pp. 21 – 77 y “Las teorías comunicativas” en ibídem pp. 124-149.

III. Los modelos explicativos de la comunicación masiva. Sociedad, cultura, poder y medios.

De lectura obligatoria

Adorno, Theodor y Max Horkheimer (1988) “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas” en *Dialéctica del iluminismo*, Bs. As,: Sudamericana.

Benjamín, Walter (1989) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.

Hall, Stuart (2004). “Codificación y descodificación en el discurso televisivo. Encoding and decoding in the television discourse” en: *CIC: Cuadernos de información y comunicación. N° 9*, Ejemplar dedicado a: Cultura de masas. Pp. 215-236.

Marafioti, Roberto (2005) “Cap. 5: La comunicación de masas desde las críticas al sistema” en ibídem, pp. 181 – 232.

Martín-Barbero, Jesús (1987) “Industria cultural, capitalismo y legitimación” y en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili. pp. 48-71.

Lenarduzzi, Víctor (2007) El pensar disonante: La dialéctica “sin identidad” de Theodor Adorno. En revista *El giro lingüístico, el giro pragmático.* Revista El Cardo N°10, Facultad de Ciencias de la Educación, UNER, Entre Ríos.

---------- (2003). Desde Frankfurt hasta el sur. Noticias, traducciones, lecturas. *La Trama De La Comunicación*, *6*, 117–142.

Lenarduzzi, Víctor y Schmucler, Héctor (1998) “Intelectuales, comunicación y crítica” en *Itinerarios, Ideas y Pasiones Revista Comunicación y Cultura*. Bs. As.: Eudeba, pp. 125-132.

Reguillo, Rossana (2004). “Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso”, en: *Portal de la Comunicación*. Incom. Aula abierta, lecciones básicas. Barcelona. pp74-82

Ríos, Alicia (2002) “Los Estudios Culturales y el estudio de la cultura en América Latina”, 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. Pp. 247-254.

Valdez, Mariana (2016) “El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada. El control total y la total decadencia de la cultura por la cultura del consumo”. Seminario de Teorías de la Comunicación. Doctorado en Comunicación Social, UNC.

Williams, Raymond (1977) “Dominante. Residual y emergente” y “La estructura del sentir” en *Marxismo y Literatura* Barcelona: Península, pp. 143-154; “Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales” en Williams, Raymond (Ed.) (1992) *Historia de la comunicación Vol 2 De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch, pp181-210.

IV. Los estudios de comunicación en y desde Latinoamérica. Comunicación, cultura y liberación.

Alfaro Moreno, Rosa María (2000) Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las definiciones. En *Razón y papabra*, N°18, Revista electrónica especializada en comunicación. México.

Arancibia Víctor; Agüero, María Laura; Valdez, Mariana (2015) ‘Una mirada compartida sobre los procesos comunicacionales’ paper del equipo de cátedra de ‘Introducción a las teorías de la comunicación social’ Salta: UNSa.

Becerra, Martín (2018) Ciudadanos en busca de derechos digitales. Publicado en *Revista Colsecor*. Link del autor: https://martinbecerra.wordpress.com/2018/03/22/ciudadanos-en-busca-de-derechos-digitales/

Becerra, Martín & Waisbord, S. (2021). La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital. *Desarrollo Económico. Revista De Ciencias Sociales*, *60*(232), 295–313.

Benavides Campos, Julio Eduardo (2006) “Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía” paper publicado en www.infoamerica.org

Beltrán, Luis Ramiro (1985) “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina**”** en Moragas Spá, Miquel, *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.

Caro, Mariano (2016) ‘Primer acercamiento a la comunicación como objeto de estudio’ *paper para uso de la cátedra*

Dussel, Enrique (2012) ‘Proposición 19: Transformación de las instituciones de la esfera de la legitimidad democrática’ en *Para una política de la liberación*. Bs. As.: Ed. Las cuarenta.

Fernández, M. (2018). Un complejo salvaje. Persistencias del espacio público en la era de las redes sociales. Inmediaciones de la comunicación, 13 (1), 89-109. En *Memoria Académica*. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.12589/pr.12589.pdf

Freire, Paulo (1983) ‘Capítulo III’ en *Pedagogía del oprimido.* Bs. As.: Siglo XXI.

Gonza, Cinthia Natalia (2014) "Pensar el imperialismo a partir de la lectura del pato Donald", *paper para uso de la cátedra.*

Hall, Stuart (2019) La centralidad de la cultura: notas sobre las revoluciones culturales de nuestro tiempo. En *Cultura: centralidad, artilugios, etnografía.* Samava Ediciones EU, Popayán Colombia.pp 15-66.

Kaplún, Gabriel (2017) Comunicación popular y cultura masiva: el debate propiciado por Jesús Martín Barbero. En *De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero, 30 años después.* Miquel de Moragas José Luis Terrón Omar Rincón (editores). InCom-UAB Publicacions, 14. Bellaterra: Institut de la Comunicación, Universitat Autònoma de Barcelona, España.

Martín-Barbero, Jesús (2003) Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar. En *La educación desde la comunicación*. Ed. Norma. Bogotá, Colombia. pp 79-81.

Mattelar y Dorfman (1972) *Para leer el pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo* México: Siglo XXI. Selección de la cátedra

Peñamarín, C., & Márquez, I. V. (2021). El estallido de nuevas formas de circulación del sentido en las sociedades hipermediatizadas. Entrevista a Mario Carlón. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, *26*, 23-32. https://doi.org/10.5209/ciyc.76440.

Reguillo, Rossana (2000) Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios. En *Diálogos de la comunicación. 59-60.*Ed. Felafacs. pp 75-86.

Torrico, Erik (2016) 'Decolonizar la comunicación' en *Hacia la comunicación decolonial*. Sucre: Universidad Andina Simón Bolívar

Treré, E., Candón-Mena, J., & Sola-Morales, S. (2021). Imaginarios activistas sobre Internet: Del mito tecno-utópico al desencanto digital. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, *26*, 33-53. https://doi.org/10.5209/ciyc.76147

Salta, 21 de marzo de 2025.

Cintia Natalia Gonza
Jefa de Trabajos Prácticos

Pablo Alejandro Ríos
Jefe de Trabajos Prácticos

Mariano Caro
Jefe de trabajos Prácticos

Mariana Valdez
Profesora Adjunta a cargo