

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
Mundialización, Cultura y Comunicación
(0244)**CÓDIGO:** 0244
AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:
1 año
FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:
2019-06-20
CARRERA/S: Licenciatura en Medios
Audiovisuales,**CARÁCTER:** CUATRIMESTRAL (2do)
TIPO: OBLIGATORIA
NIVEL: GRADO
MODALIDAD DEL DICTADO: PRESENCIAL
MODALIDAD PROMOCION DIRECTA: SI
CARGA HORARIA SEMANAL: 4 HS
CARGA HORARIA TOTAL: 68 HS**EQUIPO DOCENTE**

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Valeria Car	Adjunta	vcar@untdf.edu.ar
Maria Laura Ise	Asistente Principal	mlise@untdf.edu.ar
Franco Zacobich	Asistente Principal	fzacobich@untdf.edu.ar

1. FUNDAMENTACION

Mundialización, cultura y comunicación y se inscribe en el campo transdisciplinar de la comunicación social. Es correlativa de Comunicación Social (CS) e Introducción al Estudio de la Sociedad, Cultura y Ambiente (IESCA). Uno de los ejes principales en los que se asienta el enfoque de la asignatura es la indagación y reflexión acerca de la relación entre comunicación / cultura (medios, modos y tecnologías) en los procesos de mundialización y globalización en contextos contemporáneos. ¿Qué es la cultura?, ¿Qué es la cultura popular? ¿Por qué y para qué diferenciar las categorías mundialización de globalización? ¿Cómo abordar el estudio de las Industrias Culturales en Latinoamérica en los contextos sociohistóricos pendulares, inestables, diversos y tan desiguales? ¿Qué sucede con los consumos culturales, como pensar las transformaciones de las mediaciones tecnológicas en la vida cotidiana actual? En Comunicación Social hemos recorrido las principales corrientes y escuelas que han reflexionado en torno a los medios masivos de comunicación en la modernidad y desde una perspectiva histórica. La diferenciación entre mundialización cultural y la globalización económica como unidades de análisis habilitan una doble operación crítica al interior de las ciencias sociales en latinoamérica, al mismo tiempo que confirma y describe los procesos de globalización, desestructura, política y críticamente, sus mitos e ideologías. Entonces, pensar la comunicación desde la cultura es dejar de pensarla desde los medios exclusivamente para comprender la naturaleza comunicativa de la cultura, en su carácter de proceso productor de significaciones en el que el receptor ya no se constituye como un simple decodificador de lo que el emisor puso en el mensaje, sino un actor y productor de sentido. La idea ahora es transitar y profundizar en la "alta modernidad" a partir de un corrimiento del enfoque que va de los medios a las mediaciones en el marco del conocimiento de los Estudios Culturales Británicos para abordar los debates, los modos de construir conocimiento, objetos y problemas en los estudios culturales latinoamericanos en perspectiva crítica. Esto implica reconocer en la tradición de los Estudios Culturales y los Estudios de la Cultura las articulaciones entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, las

diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales.

Para analizar los procesos comunicacionales y hacer evidente la necesidad de una aproximación global a ciertos fenómenos o procesos actuales, se abordarán tres ejes fundamentales: una nueva aproximación a los saberes, las dimensiones del territorio y la cultura y mundialización. Así, serán objeto de estudio y reflexión los procesos comunicacionales en contextos de globalización y mundialización que permitan abordar las transformaciones culturales, los fenómenos de transnacionalización junto con el surgimiento de nuevas identidades donde se jerarquizará la relación entre lo popular y lo mediático, y fundamentalmente entre lo popular y lo masivo en contextos de profundas transformaciones tecnológicas en las audiencias y en los consumos culturales.

La contextualización de estos ejes que atraviesan la materia se enmarcan en categorías densamente problemáticas que construyen los sentidos acerca de lo público y lo privado, la noción de ciudadanía en 'el contexto histórico del debilitamiento de los estado-nación y de mediaciones tecnológicas de la vida cotidiana. Se abordará así también críticamente el rol de las industrias culturales y los procesos de convergencia, el cuádruple play, la conversión digital, sus contextos actuales de regulación y transformación tecnológica: la identidad digital y las redes sociales, modelos de geolocalización, la big data, entre otros.

El estudio de estos fenómenos no pretende ser exhaustivo. Se identificarán ciertos procesos concretos – análisis de caso- en los que el estudiante procurará mostrar su carácter complejo, su manifestación como proceso y su expresión como totalidad o como parte de una totalidad que lo trasciende. Estas características por una parte, explican la naturaleza de los fenómenos y por otra, mostrarán la necesidad de un abordaje transdisciplinario. No es una receta para comprender la "realidad"; es una modalidad metodológica para aproximarse a ella.

2. OBJETIVOS

a) OBJETIVOS GENERALES

Se espera que los estudiantes reflexionen y problematicen sobre:

Las transformaciones de los procesos de mundialización y globalización desde una perspectiva crítica en Latinoamérica y en contextos contemporáneos.

b) OBJETIVOS ESPECIFICOS

Introducir al estudiante en la perspectiva de los Estudios Culturales y los Estudios de la Cultura latinoamericanos.

Identificar las diferentes corrientes teóricas y los principales debates en relación al actual proceso de globalización y mundialización, además de su correlación con los debates actuales en Latinoamérica.

Promover la comprensión de los procesos sociales a partir de las diferentes dimensiones de la mundialización.

Problematizar la realidad del territorio a partir de fenómenos sociales, culturales y comunicacionales en un contexto regional y global.

Propiciar la comprensión de los procesos comunicacionales en relaciones complejas.

Fortalecer una perspectiva crítica y situada del escenario comunicacional global.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

Que desarrollen la capacidad de escucha, diálogo, reflexión y con ello sean capaces de integrar conocimiento y a la vez enfrentarse a la complejidad de lecturas a partir de la información del contexto.

Que problematicen los actuales procesos de mundialización, cultura y comunicación así como sus múltiples dimensiones.

Que establezcan relaciones fuertes entre aspectos históricos y culturales y tecnológicos.

Que desarrollen una mirada crítica sobre el proceso de globalización y las diferentes prácticas comunicativas en el complejo escenario socio cultural.

3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

La materia es cuatrimestral, presencial y promocional. Su dictado se encuentra organizado en dos encuentros semanales de dos (2) horas donde habrá una instancia expositivo- teórica y una clase práctica de otras dos (2) horas en cada una de las sedes con una modalidad de taller. Se promoverá el intercambio de ideas y el debate en clase a partir de las lecturas propuestas.

También la observación y el análisis de problemáticas locales o nacionales a partir de diferentes propuestas de trabajo, las cuales abarcarán: una lectura crítica y reflexiva de la bibliografía haciendo especial énfasis en el análisis de casos, observación en el campo social, producción de fichado bibliográfico, recursos audiovisuales, entrevistas con actores sociales y/o especialistas invitados. Podrán incorporarse también documentos sobre legislaciones, artículos de prensa, películas documentales, obras de ficción, entre otros.

Las actividades planteadas serán pensadas articuladamente por unidades temáticas, y como un insumo para un trabajo final que se indicará al promediar la cursada y que incluirá un coloquio final dentro del mismo cuatrimestre. Además se podrá solicitar regularmente el cumplimiento de diferentes consignas y actividades de una clase a otra que podrán ser requeridas para su evaluación. Sin embargo existirán dos instancias formales de evaluación: un examen parcial presencial escrito y un trabajo final con coloquio. En cuanto al examen parcial, incluirá los contenidos de las unidades uno y dos mientras que el trabajo final abarcará también la tercera unidad. Para cada una de las instancias se fijará una fecha de examen o entrega de recuperatorio. Podrán acceder al mismo quienes obtengan una calificación menor a 4 (cuatro) puntos en su examen parcial y/o trabajo final, o estén ausentes. Solo podrán aspirar a la promoción directa quienes rindan el examen recuperatorio por ausencia justificada al examen parcial o trabajo final. Por último, en el coloquio se expondrá y defenderá el trabajo final elaborado en el último tramo del cuatrimestre.

Condiciones de regularidad

- Asistencia mínima del 75%.
- Aprobación de los dos parciales con 4 (cuatro) puntos o más.

Condiciones de aprobación por promoción directa

- Finalizar la cursada como alumno regular
- Obtener una calificación parcial no menor de 6 (seis) puntos con un promedio no menor a 7 (siete) puntos en el promedio de ambas instancias de evaluación.
- Aprobar los exámenes parciales con una calificación promedio final igual o mayor a 7 (siete) puntos. Los estudiantes que aprueben con una calificación promedio final menor a 7 (siete) puntos deberán rendir examen final.
- Los estudiantes que rindan examen recuperatorio podrán acceder a la promoción directa solo por ausencia justificada al día del examen parcial o trabajo final.

Condiciones de aprobación por examen final

- Finalizar la cursada como alumno regular.
 - Aprobar el examen final oral con una calificación igual o superior a 4 (cuatro) puntos.
- * Las condiciones de regularidad y aprobación de esta asignatura están sujetas al Reglamento General de Estudios de Pregrado y Grado (Resolución N° 381/12) de la UNTDF.

4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Unidad 1:

¿Cuáles son los aportes a la construcción de una perspectiva crítica del enfoque desde los estudios culturales/estudios de la cultura latinoamericanos para comprender los procesos comunicacionales contemporáneos?

Los estudios culturales de Birmingham y su vinculación con los estudios culturales en Latinoamérica. Epistemología del campo y construcción de objetos y problemas de investigación. Debates para una epistemología de los estudios culturales latinoamericanos. La alta modernidad como concepto que trasciende la dicotomía modernidad/postmodernidad.

Unidad 2

Entre la cultura y la comunicación: ¿Por qué y para qué el concepto de mundialización para comprender los fenómenos comunicacionales contemporáneos?

La comunicación como campo transdisciplinar para pensar las nociones de cultura y comunicación. La noción de Estado Nación y la crítica a la modernidad descentrada. De la cultura de masas y las sociedades de masas a la mediatización de la cultura. Globalización e imaginarios. La globalización y la mundialización en el contexto socio-histórico latinoamericano. Lo local y lo global: las mediaciones espacio temporales que producen nuestra subjetividad a través de los diferentes medios y tecnologías y los procesos de hibridación cultural.

Unidad 3

¿Cómo pensar las profundas transformaciones de las mediaciones tecnológicas, las industrias culturales y los consumos en Latinoamérica?

Transformaciones del espacio público y privado en la convergencia mediática. La coyuntura de las industrias culturales. Los procesos pendulares y las transformaciones de las formas de producción. Las tecnologías/medios y otras instancias institucionales-económicas-políticas-culturales. La convergencia, las nuevas pantallas y las OTT como lugares estratégicos para el debate. El consumo cultural y nuevas prácticas en escenarios inestables, tecnológicos y desiguales: las redes sociales y las diferentes plataformas, de la construcción del dato a la big data, la emergencia de nuevos actores como los youtubers, influencers, los fenómenos específicos de la circulación digital como las fake news, etc.

5. RECURSOS NECESARIOS

- Polycom
- Proyector
- Parlantes
- Pc
-

6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	UNIDAD 1	Presentación de la materia. Trabajo de recuperación de contenidos de Comunicación Social. De los Estudios Culturales Ingleses a Los Estudios de la Cultura.	Fuentes Navarro, R. (1999) La investigación en comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. Revista Diálogos de la comunicación Número 56. 1999. PP 52- 67.
2	UNIDAD 1	Pensar el campo de los los estudios culturales latinoamericanos.	Restrepo, E. (2012), "Apuntes sobre los estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia. Martín Barbero, J. (2010) Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica en Entorno a los estudios culturales, localidades,
3	UNIDAD 1	Construcción de objetos y problemas de los estudios culturales latinoamericanos.	García Canclini, N. (2010) Estudios Culturales : ¿Un saber en estado de diccionario? en Entorno a los estudios culturales, localidades, trayectorias y disputas, Richard, N (ed), Clacso, Santiago de Chile, pgs 133-143. Martín Barbero, J. (2010) Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica en Entorno a los estudios culturales, localidades, trayectorias y disputas, Richard, N (ed), Clacso, Santiago de Chile, pgs 121-132.
4	UNIDAD 1	Condiciones específicas, tradiciones de los estudios culturales o estudios de la cultura latinoamericana. Debate acerca de la perspectiva del poder y el concepto de desigualdad en estos estudios	Mato, D. (2002) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder.
5	UNIDAD 2	Globalización e imaginarios sociales. La necesidad de reflexionar acerca del lugar de las industrias culturales	García Canclini, N. (1999) La Globalización imaginada Ed. Paidós. Bs. As.
6	UNIDAD 2	Mundialización y Globalización. Perspectiva histórica y construcción de un enfoque trasdisciplinar	Ortiz, R. (2004) Mundialización y cultura. Ed. Convenio Andrés Bello, Colombia. introducción y Cap. I.
7	UNIDAD 2	La comunicación y la cultura como dimensiones imposibles de disociar. La cultura y la comunicación en contextos de globalización y mundialización.	Martín Barbero, J. , Rey, G. (1999) Los ejercicios del ver, hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Ed. Gedisa, España.
8	UNIDAD 2	Reconocimiento y reconstrucción del campo. Referencias acerca de la globalización. Lo territorial, lo global, lo nacional, lo local como categorías problemáticas y transversales	Ortiz, R.(1998) Otro territorio, Ensayos sobre el mundo contemporáneo, Ed. Convenio Andrés Bello, Colombia.

9	UNIDAD 3	Cultura e hibridación cultural. Pensar la construcción de la identidad social en contextos actuales.	García Canclini, N. (1997) Culturas híbridas y estrategias comunicacionales, Ed. Grijalbo. México DF. introducción, Cap. I y II
10	UNIDAD 3	Consigna de TP final. Historia y actualidad en las transformaciones de las Industrias culturales en Latinoamérica	Yudice, G (2004) La industria cultural más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. Badenes, D. (2017) Avatares de la legislación en comunicación audiovisual: Con la excusa de la convergencia: el desguace? por decreto de la ley audiovisual y la promesa? de una nueva regulación.
11	UNIDAD 3	Entre la producción y el consumo. Perspectiva crítica para pensar los procesos de comunicación en contextos actuales	García Canclini, N., Cruces, F. Urteaga, M y otro (201) Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales.
12	UNIDAD 3	La producción y el consumo en el territorio: como pensar los procesos de mundialización y comunicación en contextos periféricos	Car, V., Martínez, A. Ader, N. (2017) Consumos culturales y tecnologías: barrios en foco, hacia una experiencia trasmedia. Ed. ALAS. recuperado en http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/2624_vale_ria_car.pdf Car, V (2017) Comunicación y políticas públicas: Tierra del Fuego, escenario de transformaciones pendulares. Ed. AEIC, Salamanca. España.
13	Unidad 3	Convergencia y Mediaciones tecnológicas, entre la producción y el consumo	D. González, A. Nicolosi (2017) Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas
14	Unidad 3	Entrega de TP FINAL. Identificación de actores emergentes, problemas y objetos de reflexión en las mediaciones tecnológicas	Paniagua, S. (2012) De los datos al Big Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología) TELOS 95, en https://telos.fundaciontelefonica.com . Berzosa, M Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales. Introducción. Del Fresno García, M. (2014) Haciendo visible lo invisible: visualización de la estructura de relaciones de red en twitter por medio del análisis de las redes sociales. Trejo Delarbre, R. (2018) En la era de la posverdad: La manipulación de las redes sociodigitales, en Revista TELOS 107, Ed. Fundación Telefónica, España
16	RECUPERATORIO	Entrega y evaluación de TP final recuperatorio	

7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

Unidad I

Obligatoria

Fuentes Navarro, R. (1999) La investigación en comunicación en América Latina: condiciones y

perspectivas para el siglo XXI. Revista Diálogos de la comunicación Número 56. 1999. PP 52- 67.

Lenarduzzi, V. (2014). Comunicación y cultura: un archivo. Oficios Terrestres, 1(30), 17-70. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2252>

Restrepo, E. (2012), "Apuntes sobre los estudios culturales", en: Antropología y estudios culturales: disputas y confluencias desde la periferia.

Martín Barbero, J. (2010) Notas para hacer memoria de la investigación cultural en Latinoamérica en Entorno a los estudios culturales, localidades, trayectorias y disputas, Richard, N (ed), Clacso, Santiago de Chile, pgs 121-132.

García Canclini, N. (2010) Estudios Culturales : ¿Un saber en estado de diccionario? en Entorno a los estudios culturales, localidades, trayectorias y disputas, Richard, N (ed), Clacso, Santiago de Chile, pgs 133-143.

Mato, D. (2002) Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder.

Complementaria

Follari, R. (2004) Relevancia en las ciencias sociales latinoamericanas: Estudios culturales transdisciplinariedad y multidisciplinariedad, Diálogos de la comunicación, ed. 91, Revista digital de Felafacs en <http://dialogosfelafacs.net/edicion-en-preparacion/>

Mata, M. (2012) En el medio de los medios. Desafíos para los profesionales de la comunicación, Fadeccos .

Mata, M. (1997) Públicos y Consumos culturales en Córdoba. Centro de Estudios Avanzados. UNC. Córdoba, Argentina.

Fernández, P. (2014). Consumos culturales en América Latina y la emergencia del prosumidor: un recorrido conceptual desde la sociedad de la información. Communication Papers-Media Literacy & Gender Studies, 3(4), 87-100.

Lenarduzzi, V. (2014). Comunicación y cultura: un archivo. Oficios Terrestres, 1(30), 17-70. Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/2252>

Unidad II

Ortiz, R.(1998) Otro territorio, Ensayos sobre el mundo contemporáneo, Ed. Convenio Andrés Bello, Colombia.

Ortiz, R. (2004) Mundialización y cultura. Ed. Convenio Andrés Bello, Colombia.

Martín Barbero, J. , Rey, G. (1999) Los ejercicios del ver, hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Ed. Gedisa, España.

García Canclini, N. (1999) La Globalización imaginada Ed. Paidós. Bs. As.

García Canclini, N. (1997) Culturas híbridas y estrategias comunicacionales, Ed. Grijalbo. México DF.

Orozco Gómez, Guillermo (2008) Audiencias y pantallas en América. Ed. Comunicar, vol. XV, núm. 30, 2008, pp. 10-14 Grupo Comunicar Huelva, España.

Ader, N. ; Car, V.; Hermida, M. (2014) Entre medio y medio hasta el Garibairdi Ilego. Ed. Revista Sociedad Fueguina, num. IV recuperado en http://www.untdf.edu.ar/uploads/archivos/04_Sociedad_Fueguina_Nro_4.pdf

Car, V (2017) Comunicación y políticas públicas: Tierra del Fuego, escenario de transformaciones

pendulares. Ed. AEIC, Salamanca. España, recuperado en <http://aeic.org/final/Libro%20de%20Comunicaciones%20del%20VI%20congreso%20AE-IC.pdf>, pgs 389-403.

Complementaria

Martín Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones, Barcelona Editorial Gustavo Gili.

Martín Barbero, J (1996) Comunicación: el descentramiento de la modernidad, Ed. Universidad del Valle Cali, Colombia.

Martin Barbero, J. (2003) Pistas para ver y entre-ver medios y mediaciones. Prefacio. Ed. Convenio Andrés Bello. Colombia.

UNIDAD III

Yudice, G (2004) La industria cultural más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. En Pensar en Iberoamérica. Nro.1

García Canclini, N., Cruces, F. Urteaga, M y otro (2011) Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales.

Paniagua, S. (2012) De los datos al Big Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología) TELOS 95, en <https://telos.fundaciontelefonica.com>

Badenes, D. (2017) Avatares de la legislación en comunicación audiovisual : Con la excusa de la convergencia: el desguace por decreto de la ley audiovisual y la promesa de una nueva regulación. En Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas, González, N., Nicolosi, A. (Compiladores), Colección PGD eBooks, Bs. As. Pgs 10-25.

Borges Rey, E., Heravi, B. y Uskali, T. (2018). Periodismo de datos iberoamericano: desarrollo, contestación y cambio social. Presentación, Icono 14, 16 (2), 1-13. doi: 10.7195/ri14.v16i2.1221

Trejo Delarbre, R. (2018) En la era de la posverdad : La manipulación de las redes sociodigitales, en Revista TELOS 107, Ed. Fundación Telefónica, España.

Berzosa, M Youtubers y otras especies. El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales.

Pont, C; Besalú R. y Otros. (2019) Análisis de la credibilidad de la información política en el entorno digital (Facebook, WhatsApp, prensa digital y televisión). Publicación de cátedra Comunicación política y democracia, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, recuperado en <https://mail.google.com/mail/u/0/?tab=wm&ogbl#search/texto+mundializacion/QgrcJHrnvrtLdpXxxQgQHb>

DelFresno García, M.(2014) Haciendo visible lo invisible: visualización de la estructura de relaciones de red en twitter por medio del análisis de las redes sociales. El profesional de la información, mayo-junio, v. 23, n. 3., España.

Car, V., Martínez, A. Ader, N. (2017) Consumos culturales y tecnologías: barrios en foco, hacia una experiencia trasmedia. Ed. ALAS. recuperado en

http://alas2017.easyplanners.info/opc/tl/2624_valeria_car.pdf

González, D, Nicolosi, A. (2017) Transiciones de la escena audiovisual. Perspectivas y disputas. Ebooks, UNQ, Buenos Aires, Argentina

Morduchowicz, R. (2008) Los jóvenes y las pantallas. Ed. Gedisa. Bs. As.

Silverstone, R. (2014) De la sociología de la televisión a la sociología de la pantalla. Bases para una reflexión global. Rev. TELOS, Num. 22. España.

Complementaria

Bajtin, Mijail. Estética de la creación verbal. Siglo XXI, México, 1982. (Selección). Bauzá Bou, Guillem. El guión multimedia, Madrid, Editorial Anaya, 2003. Caballero, Jorge. "Documental Interactivo Webdoc DOCLAB 2012". Documento del Seminario sobre documental interactivo, Centro Cultural General San Martín, Ciudad de Buenos Aires, 27 y 28 de julio de 2012. Link: <http://www.buenosairesdoclab.com/seminarios/seminario-1>

Cuello, Nicolás. "El lenguaje expresivo de las redes: prácticas colectivas de imaginación política online", en Sociales en Debate, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires; Año: 2017. Disponible en: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2017/10/ellenguajePOR-NICOLaS-CUELLO.pdf>

Dipaola, Esteban. "Decir la verdad: el troll y la producción de lo público", en Sociales en Debate, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires; Año: 2017, p. 49 – 49. Disponible en: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2017/10/decirlaEstebandipaola.pdf>

Gobbi, Jorge. "Información digital y nuevas formas de construcción de la agenda de noticias", en Sociales en Debate, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires; Año: 2017. Disponible en: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2017/10/infodigitalJORGE-GOBBI.pdf>

Hayes, Gary. How to write a transmedia production bible. A template for multi-platform producers. Screen Australia, Julio de 2011. Traducción a cargo del docente.

La Ferla, Jorge y Groisman, Martín, (comps.). El medio es el diseño. Estudios sobre la problemática del diseño y su relación con los medios de comunicación. Buenos Aires, Eudeba/Libros del Rojas. 1998. (Selección).

Landow, George. Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología. Barcelona, Paidós, 1995. (Selección).

Martínez García, María Ángeles. "Redes sociales, contenidos publicitarios y contenidos móviles. Análisis de una relación de conveniencia", en Revista Icono 14, 2009, número 12. Madrid.

Moreno, Isidro. Musas y nuevas tecnologías. El relato hipermedia. Barcelona, Paidós, 2002. (Selección).

Galperin, H. (2004) Comunicación e integración en la era digital: un balance de la transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina, en ?Comunicación y Sociedad, núm. 1, enero-junio, 2004, pp. 29-50?Universidad de Guadalajara?, Zapopan, México.

Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	