

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

4º AÑO (ES)



ÍNDICE

Introducción a la comunicación y su enseñanza en el Ciclo Superior de la Escuela Secundaria	35
Mapa curricular	37
Carga horaria	37
Objetivos de enseñanza	37
Objetivos de aprendizaje	38
Contenidos	39
Unidad 1. La comunicación en el siglo XXI	39
Unidad 2. Elementos de la comunicación	39
Unidad 3. Ámbitos de la comunicación	40
Orientaciones didácticas	42
Orientaciones para la evaluación	44
Bibliografía	45
Recursos en Internet	45

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN Y SU ENSEÑANZA EN EL CICLO SUPERIOR DE LA ESCUELA SECUNDARIA

Vivimos en una era marcada por los cambios y las transformaciones en todas las áreas de la vida humana, en la cultura, la economía, el pensamiento, la política, la sociedad, la tecnología. Estos cambios han impactado también sobre las ciencias, que han debido resignar los cotos disciplinarios típicos del siglo XX para abrirse al diálogo y a la complementación de saberes provenientes de otras ciencias a fin de encontrar explicación a los nuevos fenómenos.

En ese camino se han ido desarrollando áreas del conocimiento que se alimentan del abordaje multidisciplinario y ocupan espacios de saber inéditos hasta hace pocas décadas. Sobre uno de esos recortes multidisciplinarios es que se han construido las Ciencias de la Comunicación, con el objetivo de analizar, explicar e interpretar fenómenos sociales nuevos.

En este proceso, el estudio de la comunicación ha ido evolucionando desde posiciones funcionalistas, propias del estudio de los efectos de los medios, hacia posturas críticas fuertemente marcadas por el cuestionamiento político, y de allí a una concepción "neutra" de los fenómenos comunicativos de la mano de las teorías de la información.¹

Desde hace varios años, el estudio de la comunicación se sitúa en este cambio de paradigma que lo lleva a enfrentar una transformación epistemológica ampliando su objeto más allá de la instrumentalización de los medios, dotándolos de materialidad cultural, histórica y social y descubriendo en la cultura su naturaleza comunicacional.

Sin duda, dos elementos que caracterizan a nuestro tiempo son el carácter central y omnipresente en la cultura de los medios de comunicación y la aparición de nuevas tecnologías que generan nuevas formas de comunicación, nuevos modos de expresión, nuevas sensibilidades y nuevos lenguajes.

Ambos elementos revisten la calidad de manifestarse con una altísima penetración en nuestras sociedades alcanzando a todos los niveles sociales, a todos los espacios geográficos y a todas las culturas. Por lo tanto estos factores no pueden estar ausentes en la formación de los jóvenes a la hora de abordar la relación entre los medios de comunicación social, las relaciones de poder en las que se encuentran inmersos, el vínculo entre medios, tecnología y sociedad, el lenguaje y la producción mediática y su impacto en la globalización cultural.

Pero no es solo en esto que se resume la importancia de la comunicación como disciplina de análisis, ya que más allá de las luces protagónicas de los medios masivos y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, hay un conjunto de fenómenos que desde hace varios años vienen siendo abordados por las Ciencias de la Comunicación, entre los cuales cabe destacar el encuentro y el diálogo intercultural, la generación de nuevos actores sociales, la visibilidad de nuevas identidades, la importancia de los flujos de comunicación en el funcionamiento de las organizaciones, la aplicación de las técnicas de comunicación en el escenario económico, las

¹ Martín Barbero, Jesús, *De los Medios a las Mediaciones*. Barcelona, Gili, 1987.

nuevas formas de vinculación política y la representación en las sociedades contemporáneas y los potentes lenguajes visuales inmersos en el proceso de digitalización. Así, la enseñanza de la comunicación trasciende lo que Daniel Bounoux llama el "núcleo duro" de esta multidisciplina, que son los medios de comunicación,² para involucrarse también en el sentido que los sujetos sociales de nuestro tiempo generan en la recepción.

Estas temáticas, tan presentes en el debate del pensamiento del siglo XXI, deben encontrar su lugar en la formación de los ciudadanos jóvenes, puesto que las manifestaciones humanas objeto de estudio de la comunicación no son ni inocuas ni neutrales, sino que involucran en su expresión múltiples intereses de índole cultural, económica, social e ideológica.

La presencia de una educación para la comunicación no debe limitarse a establecer un vínculo entre las obvias relaciones que mantienen la educación y la comunicación, sino también, y sobre todas las cosas, a formar a los jóvenes en la expresión, producción y comprensión de los fenómenos comunicacionales, para generar en ellos una perspectiva crítica que potencie espacios de pensamiento autónomo.

Este último aspecto es un factor central de nuestra propuesta, porque si bien muchas veces la comunicación deslumbra con sus efectos, promoviendo un abordaje técnico e instrumental, el factor social de la educación debe tomar aquí un rol central y conducir a la enseñanza de la comunicación desde una perspectiva analítica, contextualizada y crítica.

Este escenario explica sobradamente las razones que justifican la presencia de la comunicación como una orientación de la escuela secundaria, y dentro de este entendimiento también a la materia que permita a los estudiantes tener un primer contacto con esta problemática, que les otorgue una visión de conjunto del espacio científico de la comunicación y al mismo tiempo provea de los fundamentos básicos del conocimiento de este fenómeno. Un punto de partida para la construcción del conocimiento futuro en el devenir de la orientación.

Una orientación que expone novedosas perspectivas de los fenómenos socioculturales, y que tiene entre sus objetos de estudio la naturaleza de los medios de comunicación masiva y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, requiere de la presencia de una materia introductoria que exponga un panorama general y contextual de los contenidos que abarca esta multidisciplina.

La presencia de esta materia en el primer año de la orientación tiene una triple justificación: la necesidad de abrir a los estudiantes al conocimiento de lo que posteriormente serán contenidos de mayor desarrollo en materias específicas, proveer los fundamentos teóricos propios del objeto de estudio y, finalmente, establecer la necesaria cohesión entre los diversos temas que aborda la comunicación.

² Bounoux, Daniel, *Introducción a las Ciencias de la Comunicación*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.

MAPA CURRICULAR

Dentro de la Orientación, Introducción a la comunicación se propone como un espacio iniciático, tanto en lo que hace al conocimiento general acerca de qué se entiende por comunicación como al abordaje preliminar de las grandes líneas de análisis que en el transcurso de la orientación tendrán un desarrollo extensivo.

La materia sirve de planteo preliminar para el estudio relacionado con los medios de comunicación, tal como se plantea en las materias Observatorio de Medios y Taller de producción en lenguajes, al tiempo que abre el camino para la complementación temática que se propone desde Comunicación y culturas del consumo y Comunicación y transformaciones socioculturales del siglo XXI.

Los contenidos están organizados en tres unidades que secuencian la enseñanza desde un abordaje ordenado y sucesivo que parte de la definición conceptual, pasa por la presentación de sus componentes y alcanza el desarrollo de sus diferentes perspectivas y ámbitos. Tanto desde los observatorios de quinto año como desde los talleres de sexto, las materias de los años subsiguientes volverán sobre estos aspectos en niveles progresivos de aplicación.

Materia	Introducción a la comunicación
Año	4° año
Unidades	Unidad 1. La comunicación en el siglo XXI
	Unidad 2. Elementos de la comunicación
	Unidad 3. Ámbitos de la comunicación

CARGA HORARIA

La materia Introducción a la comunicación corresponde al 4° año de la Escuela Secundaria Orientada en Comunicación.

Su carga horaria es de 72 horas totales; si se implementa como materia anual su frecuencia será de dos horas semanales.

OBJETIVOS DE ENSEÑANZA

- Propiciar la comprensión de la complejidad del tiempo presente a partir de un enfoque multidisciplinario.
- Abordar el fenómeno comunicativo como una práctica sociohistórica de construcción de sentido integrada al ámbito social y cultural.
- Analizar los procesos comunicativos como un todo integrado en el contexto de la cultura y la sociedad.

- Promover la necesaria alfabetización en los nuevos lenguajes emergentes de las nuevas tecnologías y los nuevos medios de comunicación.
- Fomentar el debate en torno al fenómeno de la comunicación y su relación con la vida cotidiana.
- Estimular el análisis y el pensamiento crítico frente a los medios masivos de comunicación y su relación con fenómenos relativos al poder económico o social con vistas a la construcción de ciudadanos autónomos y reflexivos.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer a la comunicación como un espacio científico dentro del conjunto de las ciencias sociales.
- Entender la importancia del abordaje multidisciplinario para los fenómenos sociales y humanos de nuestro tiempo en el contexto de la comunicación.
- Comprender los fenómenos comunicacionales como hechos complejos, en su dimensión cultural, social e interpersonal.
- Analizar críticamente los sucesos inmersos en la realidad cotidiana vinculados con los fenómenos de la educación y la comunicación.
- Asumir las novedades tecnológicas como herramientas de un proceso comunicacional que las excede y las determina.
- Abordar críticamente algunas prácticas vinculadas al fenómeno comunicativo tales como los fenómenos mediáticos, la comunicación política, el predominio de la imagen, la comunicación de las organizaciones, la penetración de la publicidad y el marketing y su vinculación con los fenómenos relativos a la hegemonía cultural.

CONTENIDOS

Como se ha planteado, el objetivo de esta materia consiste en poner en situación a los estudiantes acerca de lo que constituye la comunicación, cuál es su campo de estudio y su trascendencia para la sociedad del siglo XXI, a fin de elaborar la estructura conceptual de un todo teórico organizado que se irá desarrollando en los años siguientes de la Orientación.

En función de esos objetivos, los contenidos se disponen en tres unidades de abordaje ordenado y sucesivo. En el caso particular de la unidad 3, el tratamiento de los contenidos referidos a la Comunicación mediática y a la Comunicación organizacional deberá remitirse a los aspectos especificados, sin extenderse en cuestiones que serán materia de análisis y profundización en quinto y sexto año, respectivamente.

UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Esta unidad busca abordar las pautas esenciales de lo que se entiende hoy por comunicación, tanto en su faz interpersonal como en su impacto para el funcionamiento de la sociedad, la cultura y la economía. El reconocimiento de la comunicación como ecosistema, en el que se puede identificar la omnipresencia comunicativa tanto en lo normativo como en los dispositivos técnicos de nuestra vida cotidiana. Establecer las diferentes formas que adopta la comunicación interpersonal, así como diferenciarla de conceptos actuales como información y expresión.

- Definiciones del concepto comunicación: la comunicación como encuentro y como difusión. La comunicación en sus tres sentidos: directa, técnica y social (Wolton) y en su doble dimensión: normativa (intercambio y comprensión) y funcional (como función social y económica).
- El ecosistema comunicativo: la comunicación como fenómeno omnipresente en el mundo de hoy. Nuevo *sensorium*, nuevos modos de percibir y sentir la realidad. La comunicación en la esfera doméstica, el espacio educativo, el ámbito urbano, el escenario productivo, las relaciones públicas y el marketing, los medios de comunicación masiva y las redes globales y tecnológicas.
- Los modos de la comunicación: oral, escrita, gestual e icónica. La centralidad del Otro. La diferencia entre expresarse y comunicarse. El reconocimiento del Otro. Diálogo y debate. Argumentación y espontaneidad. Habilidades comunicacionales: escucha activa, reconocimiento y asertividad. Convivencia y diálogo.

UNIDAD 2. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Esta unidad se centra en el abordaje de la comunicación como objeto de estudio y en el análisis de los distintos modelos teóricos que surgen históricamente, desde los iniciales modelos lineales hasta los actuales estudios de la recepción. Asimismo, aborda los núcleos principales de la cuestión semiótica a partir del análisis del signo desde las dos perspectivas históricas tradicionales: Saussure y Peirce. Finalmente se detiene en un tema esencial de nuestro tiempo: la relación de la comunicación y la cultura en la forma de la lengua como factor de hegemonía cultural.

- La comunicación como disciplina científica: la fijación de su objeto de estudio. La comunicación y la multidisciplinariedad. El carácter científico de la comunicación. La multidisciplinariedad en el marco de la crisis de los paradigmas científicos y sociales.
- Los modelos teóricos de la comunicación: desarrollo, contextualización histórica y caracterización. Modelos clásicos: modelo lineal conductista, modelo funcionalista, modelo de los intermediarios (Two Step Flow), modelo de las categorías sociales. Modelos posclásicos: modelo crítico (Escuela de Frankfurt), modelo cibernético (Palo Alto). Estudios culturales de la Universidad de Birmingham. Producción social de sentido.
- La teoría del signo: razones culturales para su abordaje. Las dos corrientes de la semiología: el signo lingüístico en Saussure (significante y significado); el signo en Peirce (icono, índice y símbolo). Relaciones de primeridad, segundidad y terceridad. Elementos de semiología (Barthes): connotación-denotación, enunciado-enunciación, lengua-habla.
- La lengua como poder. Dominación lingüística y hegemonía cultural. Diversidad lingüística y multilingüismo. El Modelo Gravitacional de Jean-Louis Calvet.

UNIDAD 3. ÁMBITOS DE LA COMUNICACIÓN

Esta unidad plantea como plano del estudio la incidencia del fenómeno comunicativo en la sociedad actual y su unidad de análisis como un todo coherente. Teniendo en cuenta que la mayor parte de estos temas será objeto de ampliación y detalle en materias de los años siguientes, su abordaje se propone como preliminar y sintético. Así se analizará el fenómeno mediático, la comunicación política, el predominio de la imagen, la comunicación de las organizaciones, la penetración de la publicidad y el marketing y la participación del análisis comunicacional frente a fenómenos tales como el multiculturalismo y la diversidad cultural.

Para esto, se propone el estudio de los siguientes ámbitos:

- comunicación mediática. Medios de comunicación y sociedad: panorama histórico de la evolución de los medios de comunicación. Concepto de masa, audiencia y opinión pública. El rol de los medios en el proceso de construcción de la opinión pública. Características del mensaje en los medios de comunicación masiva. Medios de comunicación y economía: concepto de publicidad y marketing. El ingreso publicitario como sostenimiento económico de los medios de comunicación. Medios de comunicación y política: breve historia de la comunicación política. La comunicación académica del siglo XIX, la comunicación de masas de la primera parte del siglo XX, la comunicación mediática de la segunda parte del siglo XX, el marketing político en el siglo XXI. Comunicación gubernamental: proactiva, reactiva y contable. Medios y democracia. Las nuevas tecnologías y la ciberdemocracia.
- comunicación visual. De la Grafosfera a la Videosfera: el paso del mundo de la comunicación verbal a la cultura de la imagen. Implicancias comunicativas del cambio. Lectura de la imagen y codificación. Formas de la expresión: espacio y color. Escala de la imagen. Los planos: tipos y expresividad. Enfoques: tipos y expresividad. Fotografía de prensa.
- comunicación tecnológica. Origen de Internet. Breve panorama de la comunicación en relación con las nuevas tecnologías.
- comunicación organizacional. Concepto e importancia de los flujos comunicativos en el funcionamiento de las organizaciones. Comunicación interna y externa.
- comunicación intercultural. Conceptos de etnicidad y extranjería y sus vínculos con la identidad. La reaparición de las minorías étnicas y la discriminación. El conocimiento de las culturas ajenas y el relativismo cultural para la comunicación con el otro y su comprensión. Multiculturalismo.

ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

La construcción de los conocimientos básicos de la comunicación que responden a una reflexión teórica adquirirá verdadero sentido para los estudiantes si se establece un vínculo directo con la realidad que cotidianamente experimentan los jóvenes. El hecho de trabajar con situaciones conocidas por los estudiantes resulta de gran provecho ya que lo que se pretende es alcanzar un mayor nivel de profundidad de esas situaciones.

Una revisión de las experiencias comunicativas que nos rodean las veinticuatro horas del día nos permite abordar la caracterización de ecosistema comunicacional que se propone, así como reconocer en las conductas propias y de los otros las diferencias conceptuales entre informar y comunicar, o entre comunicarse y expresarse.

Trabajamos con contenidos altamente significativos, debiéndose sacar provecho de esta situación para partir desde esa experiencia vivida y de los conocimientos descentrados que traen los estudiantes para que los conceptos teóricos sean adquiridos consistentemente.

El abordaje de temáticas relacionadas con la lengua y el poder constituye una excelente oportunidad para partir de saberes e intereses que los jóvenes tienen respecto de estos fenómenos. Otro aspecto interesante a abordar es la relación entre lenguaje y cultura para identificar la trascendencia cultural del lenguaje y los efectos de un progresivo proceso de hegemonía cultural a partir de la penetración de lenguas de otras sociedades, y con ello la introducción y adopción de sus propias marcas culturales.

Este factor de contacto entre conocimiento enseñado y sujetos del aprendizaje nos permite también lograr el objetivo pedagógico de mayor alcance: la reflexión crítica sobre los contenidos.

A medida que se avanza en el desarrollo del programa las temáticas presentan un mayor vínculo con la realidad personal y social de los estudiantes con lo cual el camino hacia un análisis de mayor nivel de dificultad se va despejando pese a incrementar la complejidad del objeto de estudio. Así, las temáticas relacionadas con la educación mediática, tanto como la de la educación visual, guardan una estrecha relación con el tipo de conocimiento descentrado con el que los jóvenes llegan a la escuela, lo que servirá como puente ideal para potenciar el interés en el abordaje de estos contenidos.

Del mismo modo, se puede asumir el contacto de los estudiantes con la realidad de la comunicación publicitaria, el marketing y su impacto social y económico, así como también podemos hacerlo con las dificultades que presentan el diálogo intercultural y la identificación del otro como diferente.

Estamos, por tanto, frente a un desarrollo de contenidos íntimamente relacionados con la realidad de los jóvenes, lo que da lugar a trabajar con la propia experiencia del alumno en el debate, generando su participación activa y su efectivo compromiso con la materia.

Los estudiantes del ciclo secundario están inmersos en la llamada cultura digital y por ende responden a las lógicas de pensamiento y actuación que propone este nuevo paradigma cultural. Para involucrarse con este mundo digital y tomar contacto con estos nativos digitales, los do-

centes no sólo deberán avanzar en el manejo de los dispositivos de las nuevas tecnologías sino, esencialmente, en el desarrollo de una actitud positiva hacia las nuevas modalidades culturales que de ellas se desprenden: maneras de leer, de escribir, de comunicar, de pensar, etcétera.

Este escenario se muestra propicio para la organización de mesas de debate, recolección de información de actualidad, lectura de artículos de análisis, exposiciones programadas, relatos de experiencias personales, así como el uso de herramientas tecnológicas, factor este último que debe ser tomado como un elemento no solo pertinente sino consustancial a la orientación, recordándose que se está trabajando una temática íntimamente vinculada con las innovaciones tecnológicas y con jóvenes inmersos en la llamada cultura digital.

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN

Los procesos evaluativos tienen directa relación con los objetivos de enseñanza y de aprendizaje, que deben servir de parámetro permanente. Se trata de un proceso, y esto requiere tomar en cuenta factores continuos de evaluación que hagan centro no sólo en el rendimiento final de los alumnos sino que también valoren el esfuerzo de participación en la tarea diaria. Esto supone considerar el desarrollo de trabajos prácticos, la lectura de bibliografía indicada, la expresión oral en clase y la expresión escrita en trabajos áulicos, así como el cumplimiento de las pautas de tareas estipuladas y la participación activa en el debate.

Este panorama resume la condición procesual del sistema evaluativo y requiere del docente una atención a cada momento de la enseñanza –tanto la observación directa como el seguimiento del aprendizaje serán centrales en su tarea–, y de los estudiantes una aplicación a cada etapa del aprendizaje y no sólo a sus resultados. De esta manera, la evaluación no deberá significar un factor de tensión que inhiba al aprendizaje sino un proceso natural consustancial al mismo.

Las condiciones de evaluación deberán ser comunicadas con claridad a los estudiantes al iniciarse el curso, así como a sus padres, tanto de manera verbal como escrita. Lo mismo debe suceder con los resultados de evaluación, para que no queden en los jóvenes dudas acerca del respeto de las pautas establecidas por parte del docente. Se alude a la importancia de la información dentro del proceso de enseñanza y evaluación debido a que se trata de una materia que penetra en el fenómeno comunicacional y por lo tanto debe existir una total coherencia entre los contenidos enseñados y las formas que el docente adopta para llevar adelante su tarea.

Los criterios de evaluación considerarán el proceso de aprendizaje de los alumnos tanto en sus aspectos cognitivos como en aquellos que permitan identificar el desarrollo reflexivo sobre el objeto de estudio. De este modo se evaluarán los métodos, actitudes y dificultades frente a los contenidos enseñados. Deberá también considerarse el principio de diversidad en el avance que cada uno de ellos logre en su trayecto formativo bajo la premisa de una superación personal que le permita valorar el propio esfuerzo y no aceptar posibles limitaciones como algo natural.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV., *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1996.
- Ameigeira, Aldo y Jure, Elisa, *Diversidad cultural e Interculturalidad*. Buenos Aires, Prometeo, 2006.
- Aranguren, José Luis, *La comunicación humana*. Madrid, Tecnos, 1986.
- Barthes, Roland, *Elementos de Semiología*. Buenos Aires, Paidós, 1990.
- Berlo, David K., *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, El Ateneo, 1977.
- Bougnoux, Daniel, *Introducción a las Ciencias de la Comunicación*. Buenos Aires, Nueva Visión, 1999.
- Calvet, Louis-Jean, *Lingüística y colonialismo. Breve tratado de glotofagia*. Buenos Aires, FCE, 2005.
- Costa, Joan, *La comunicación en acción. Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona, Paidós, 1999.
- Debray, Régis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la Mirada en Occidente*. Madrid, Paidós, 1994.
- Deladalle, Gerard, *Leer a Peirce hoy*. Barcelona, Gedisa, 1996.
- Habermas, Jürgen, *Teoría de la acción comunicativa*. Buenos Aires, Taurus, 1989.
- Herman, Edward y Mc Chesney, Robert, *Los medios globales*. Madrid, Cátedra, 1999.
- Ivoskus, Daniel, *Vivir conectados*. Buenos Aires, Norma, 2008.
- Leáñez Aristimuño, Carlos, "¿Competir con el inglés o emigrar a él?", en *Argos* n° 36. Caracas, Universidad Simón Bolívar, junio de 2002.
- Lévy, Pierre, *Cibercultura*. Santiago de Chile, Dolmen, 2001.
- Marafioti, Roberto, *Charles Sanders Peirce. El éxtasis de los signos*. Buenos Aires, Biblos, 2004.
- Mattelart, Armand y Neveu, Érik, *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Paidós, 2004.
- Mattelart, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Millan, Tomás Austin, "Comunicación intercultural", en *Antologías sobre la cultura popular indígena*. México, Conaculta, 2004.
- Morduchowicz, Roxana, "El sentido de la educación en medios", en *Revista Iberoamericana de Educación* n° 32. OEI, 2003.
- O' Sullivan, Tim; Hartley, John y Saunders, Danny, *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu, 1997.
- Piccini, Mabel y Nethol, Ana María, *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México, Trillas, 1997.
- Piñuel, José Luis y Lozano, Carlos, *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Paidós, 2006.
- Puig i Carles, Tomas, "Del hipertexto al hipermedia. Una aproximación al desarrollo de las obras abiertas", en *Formats*. Revista de Comunicación Audiovisual. Madrid, Universidad Pompeu Fabra, 2006.
- Rodrigo Alsina, Miquel, *Comunicación intercultural*. Barcelona, Anthropos, 1999.
- — —, "Los Estudios de la comunicación cultural", en *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* n° 1. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Universidad del País Vasco, 1996.
- Sartori, Giovanni, *Homo Videns*. Buenos Aires, Taurus, 1999.
- Saussure, Ferdinand de, *Curso de lingüística general*. Buenos Aires, Losada, 1980.
- Sfez, Lucien, *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires, Amorrortu, 1995.
- Stevenson, Nick, *Culturas mediáticas*. Buenos Aires, Amorrortu, 1998.
- Vilches, Lorenzo, *La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión*. Barcelona, Paidós, 1997.
- Wolton, Dominique, *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Prometeo, 2007.

RECURSOS EN INTERNET

- Argentina Centro de Medios Independientes, <http://www.argentina.indymedia.org>
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, <http://www.coneicc.org.mx>

Diálogos de la Comunicación, <http://www.dialogosfelafacs.net>
Dirección General de Cultura y Educación, <http://abc.gov.ar>
Edu 2.0 para la escuela, <http://www.edu20.org>
Educación y NTICS, <http://educacionyntics.ning.com>
Eduteka, tecnologías de informaciones y comunicaciones para la enseñanza básica y media, <http://www.eduteka.org>
Infoamérica, el portal de la Comunicación, <http://www.infoamerica.org>
Latindex, Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, <http://www.latindex.unam.mx>
Maestros del Web, <http://www.maestrosdelweb.com>
Mediaciones, <http://www.ciespal.net/mediaciones>
Observatorio de Medios, <http://www.redciberetica.org/observatorios>
Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, <http://www.oei.es>
Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Oficina Regional en Buenos Aires, <http://www.oei.org.ar>
Portal de la Comunicación Incom-UAB, <http://www.portalcomunicacion.com>
Razón y Palabra, <http://www.razonypalabra.org.mx>
Revista de Investigación Ícono 14 (Comunicación y Nuevas Tecnologías), <http://www.icono14.net>
Revista Latina de Comunicación Social, <http://www.revistalatinacs.org>
Sala de Prensa, Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos, <http://www.saladeprensa.org>

