

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN



PROGRAMA DE ESTUDIOS

COMUNICACIÓN DIGITAL

<b>Elaboró:</b>	Dra. Claudia Rodas Aguilar	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Alejandro Cuadros Medina	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Jesús Elías Lujambio Oropeza	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Francisco Javier Martínez López	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Fecha de aprobación:**

**H. Consejo Académico**

**H. Consejo de Gobierno**

23 de Enero de 2023

23 de Enero de 2023

**Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	9
VII. Acervo bibliográfico.	12



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



### I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Unidad Académica Profesional Huehuetoca**

Estudios profesionales **Licenciatura en Comunicación**

Unidad de aprendizaje **Comunicación digital**

Carga académica	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>
	Horas teóricas	Horas prácticas	Total de horas	Créditos

Carácter **Obligatoria** Tipo **Curso-taller** Periodo escolar **Octavo**

Área curricular **Comunicación** Núcleo de formación **Integral**

Seriación **Ninguna** **Ninguna**  
UA Antecedente UA Consecuente

Formación común  
Licenciatura  
No presenta **X**

DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## II. Presentación del programa de estudios.

Los sistemas digitales tienen cada vez más influencia en la sociedad y en los medios de comunicación. La comunicación, ahora digital es un fenómeno que se ha colocado en la vida cotidiana del hombre. Surge como efecto de las denominadas nuevas tecnologías. Intenta fusionar los medios tradicionales (Prensa, radio, televisión y cine) con las nuevas técnicas de la información, ahora, todo tiene relación con bits; los formatos analógicos pasan a sistemas digitales.

A partir de esto se han producido transformaciones en las visualidades y en las construcciones de una producción y generación de miradas propias, de reflexión hacia las percepciones y formas de la realidad. Por lo que la comunicación surge como una necesidad de reflexión y de eje analítico para comprender las traducciones de los imaginarios y los espacios simbólicos.

Es por eso que, en esta comunicación digital, hacemos uso de herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición para desarrollar ideas e investigar los nuevos fenómenos. Es por eso que esta unidad de aprendizaje está pensada en cuatro unidades que provea al estudiante, desde una conceptualización de los elementos que conforman la comunicación digital, hasta la construcción de espacios expandidos en la virtualidad.

Para esto, en la unidad uno, se analizan los antecedentes y objetivos de la comunicación digital, mediante sus diferentes periodos para comprender el impacto de su evolución y las propuestas comunicacionales actuales.

En la unidad dos, el estudiante podrá explorar en la creación de gráficos, para desarrollar flujos de trabajo, a partir del uso de herramientas de desarrollo específicas para la creación de elementos en 2D y 3D, así como narrativas comunicativas en plataformas digitales.

En la unidad tres se analizarán las traducciones de la digitalidad sobre los procesos de percepción y de mirada sobre las corporizaciones y ejercicios simbólicos de realidad y de relación. Desde una reflexión crítica a los aparatos de conformación analítica y de proyección y transformación de la humanidad. Entendiendo estos procesos como diálogos con posibilidades infinitas.

En la última unidad se trabajará la intervención de los espacios físicos por las percepciones digitales, desde las comprensiones corpóreas de la humanidad aumentada hasta las fenomenologías espaciales para ejercer la traducción de las problemáticas derivadas de las interacciones desde una reflexión creativa e transductiva.

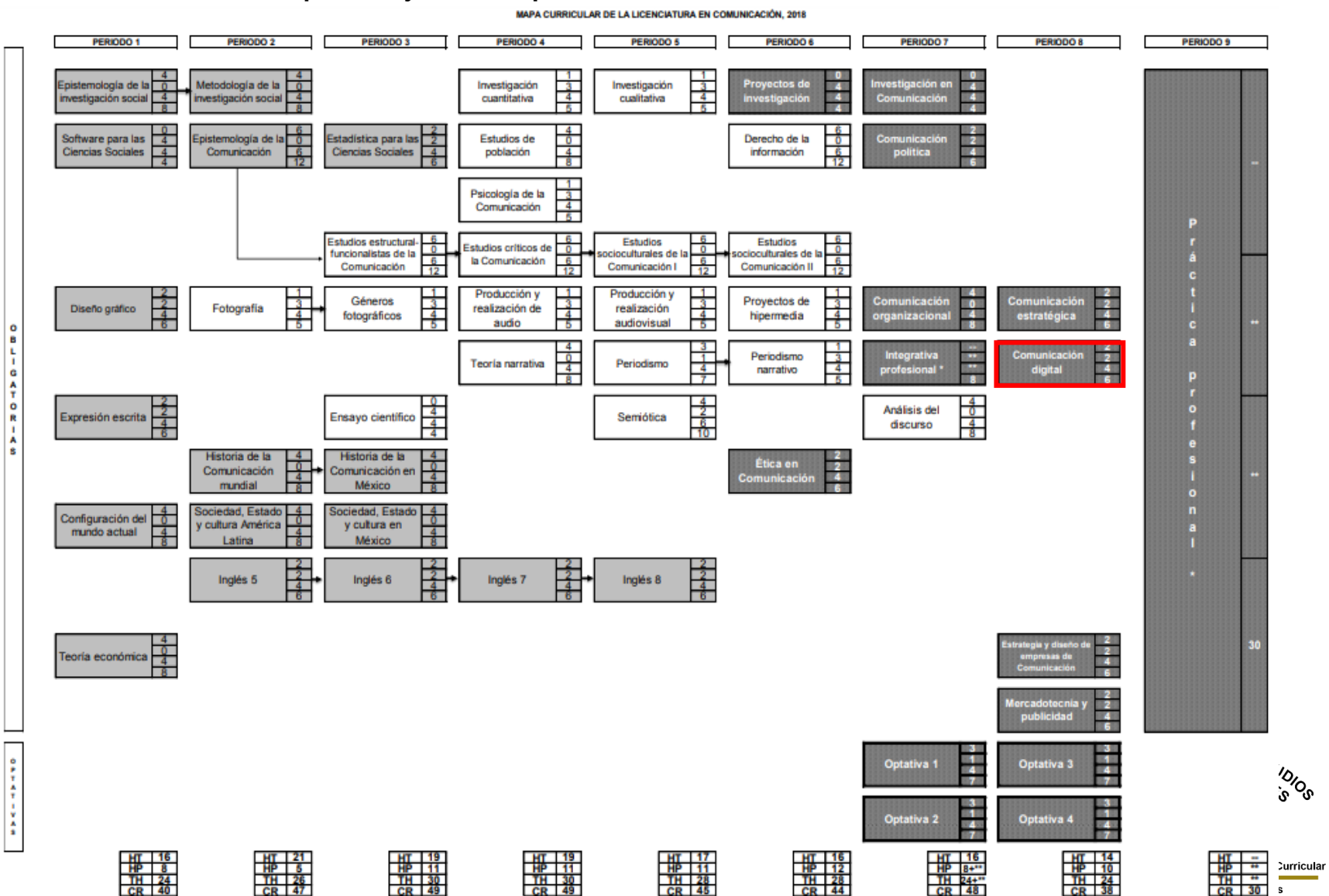


Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



### III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPATIVAS

PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1"> <tr><td>Intercultural communication<sup>1</sup></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Intercultural communication <sup>1</sup>	3		1		4		7								
Intercultural communication <sup>1</sup>	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación  
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.  
\* Actividad académica.  
\*\* Las horas de la actividad académica.  
<sup>1</sup> UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo.

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52 18 70 122
---	-----------------------

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58 34 92 150
---	-----------------------

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2*	16 28** 36** 90
---	--------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12 4 16 28
--	---------------------

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2\* para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	48 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



#### IV. Objetivos de la formación profesional.

##### Objetivos del programa educativo:

Son objetivos de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación; considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y a la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y, de esta manera, contribuir al progreso social, económico y cultural del país.

##### Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

##### Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno





- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico social y político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivo, claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, crónica y reportaje; e interpretativos como: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.

### Objetivos del núcleo de formación:

Proveerá al alumno de escenarios educativos para la integración, aplicación y desarrollo de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan el desempeño de funciones, tareas y resultados ligados a las dimensiones y ámbitos de intervención profesional o campos emergentes de la misma.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno





### Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural-funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional.

### V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar desde los diferentes enfoques teóricos y metodológicos los nuevos entornos de la comunicación a través del estudio de las posibilidades tecnológicas, estrategias publicitarias, políticas, periodísticas y de entretenimiento, para desarrollar mensajes creativos y eficaces que permitan atender las problemáticas y necesidades del público en la plataforma digital.

### VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

<b>Unidad temática 1.</b> Contextualización de la comunicación digital.
<b>Objetivo:</b> Analizar los antecedentes y objetivos de la comunicación digital, mediante sus diferentes periodos para comprender el impacto de su evolución las propuestas comunicacionales actuales.
<b>Temas:</b> 1.1 La Escuela de Comunicación de Toronto. 1.2 De la acción análoga a la aplicación digital. 1.2.1 De lo local a lo glocal. 1.2.2 De la lejanía a la inmediatez. 1.2.3 Del entorno a la desterritorialización. 1.3 De la mediación a la hipermediación. 1.4 La desintermediación y la omnicanalidad. 1.5 Brecha y ecosistemas digitales. 1.6 La audiencia interactiva y los nuevos actores de la comunicación (producers y consumers) 1.7 Principales tendencias de Comunicación Digital.



DIRECCIÓN DE ESTUDIOS  
PROFESIONALES



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



**Unidad temática 2.** Motion Graphics como técnica de animación en el proceso de comunicación digital

**Objetivo:** Crear gráficos en movimiento según las necesidades del proyecto para desarrollar un flujo de trabajo.

**Temas:**

- 2.1 Qué es y para qué sirve el Motion Graphics.
- 2.2 Tipos de técnicas de Motion Graphics: Stop Motion, Kinetic Typography, Kinetic Graphics y Mezcla con imagen real.
- 2.3 Software para desarrollo de Motion Graphics.
- 2.4 Principios de animación.
- 2.5 Pre producción: tema, Guión, frames de estilo, música y locución, storyboard.
- 2.6 Producción: desarrollo gráfico, desarrollo de recursos, grabación y diseño sonoro según story board.
- 2.7 Post producción: animación, edición - composición digital, diseño sonoro final y exportación de proyecto final.

**Unidad temática 3. Expansiones digitales**

**Objetivo:** Analizar los procesos de percepción, conocimiento y comunicación desde las corporalidades aumentadas.

**Temas:**

- 3.1 Percepción, Comunicación e Información
- 3.2 Expansiones Perceptuales
- 3.3 Emergencias de las IA
- 3.4 Sujeto Humanista a expandir el Algoritmo
- 3.5 Narratologías de la IA
- 3.6 Transducciones digitales
- 3.7 Hyperstisciones



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



#### Unidad temática 4. Cartografías Digitales.

**Objetivo:** Construir trazos de aplicación digital en imagen audiovisual desde un ejercicio de análisis de la creación audiovisual expandida como diseño metodológico en las ciencias sociales, para la exploración y experimentación de las posturas de reflexión teórica.

#### Temas:

##### 4.1 Fenomenología Digital

##### 4.1.1 Análisis del espacio como ejercicio de la hipervisualidad

##### 4.1.2 Hiperespacio vs territorio físico

##### 4.1.3 Diseño e Intervenciones espaciales

##### 4.2 Storytelling digital en intervenciones espaciales

##### 4.2.1 Cartografías Digitales

##### 4.2.2 Expansiones

##### 4.3 Visualidad y Digitalidad

##### 4.3.1 Corporalidades Digitales

##### 4.3.2 Expansiones Perceptivas

##### 4.4 Proyecto Digital de intervención Espacial

##### 4.4.1 Conceptualización

##### 4.4.2 Aplicación desde plataformas Generativas

##### 4.4.3 Curaduría Digital

##### 4.4.4 Exposición



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



## VII. Acervo bibliográfico.

### Básico:

Apkon, S. & Scorsese, M. (2014, 8 abril). *The Age of the Image: Redefining Literacy in a World of Screens* (Reprint). Farrar, Straus and Giroux.

Arques i, Salvador, Neus. (2005). *Aprender Comunicación Digital*. España: Ed. Paidós.

Bal, M. & Llorente, B. R. (2016, 29 abril). *Tiempos trastornados: Análisis, historias y políticas de la mirada* (1.ª ed.). Ediciones Akal.

Crook, Ian y Bearer Peter. (2017). *Fundamentos del Motion Graphics*. Colombia: Promopress.

Elizondo Martínez, J. Octavio. (2009). *La escuela de comunicación de Toronto*. México: Siglo XXI.

Ford, S. & Green, J. (2021, 4 mayo). *Cultura Transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red (Spanish Edition)* (1.ª ed.). EDITORIAL GEDISA.

Gifreu-Castells, A. (2015, 27 febrero). Narrativas de no ficción audiovisual, interactiva y transmedia. *Obra digital*, 8, 1. <https://doi.org/10.25029/od.2015.58.8>

*Hiperstición* (De CCRU). (2021, septiembre). Materia Oscura.

Jenkins, H. (2008). *Cultura de la Convergencia de los medios de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós.

McLuhan, M. y Powers, B.R. (1995). *La aldea global*. Barcelona, España: Gedisa.

Mirzoeff, N. (2011, 10 octubre). *The Right to Look: A Counterhistory of Visuality*. Duke University Press.

Sadin, É. (2022, 22 septiembre). *LA HUMANIDAD AUMENTADA*. CAJA NEGRA EDITORA.

Saenz Rodolfo. (2006). *Arte y Técnica de la Animación: clásica, corpórea, computada para juegos o interactiva*. Buenos Aires, Argentina: Editorial de la Flor.

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

Toop, D. (2022, 22 septiembre). *Resonancia siniestra: el oyente como médium*. La Caja Negra Ediciones.

Williams, Richardf. (2012). *The Animator's Survival Kit: A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators*. Inglaterra: 6ta Ed. Expanded.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno



### Complementario:

- Bernardi, F. (2022, 22 septiembre). *FENOMENOLOGÍA DEL FIN* (1.<sup>a</sup> ed.). OTROS PAÍSES, EDITORIALES.
- Betancourt, Michael. (2013). *The History of Motion Graphics*. Estados Unidos: Wildside Press.
- Brarda María Cecilia. (2016). *Motion Graphics Design, La dirección creativa en Branding de Tv*. Argentina: Editorial GG.
- Brea, J. L. (2010, 15 febrero). *Las tres eras de la imagen (Estudios Visuales)* (Spanish Edition). Ediciones Akal, S.A.
- De Kerckhove, Derrick. (1999). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad en la web*. Canada: Gedisa.
- Faroki, H. (2013, 1 enero). *Desconfiar de las imágenes* (1.<sup>a</sup> ed., 1.<sup>a</sup> imp.). Caja Negra Editora.
- Fontcuberta, J. (2016, 14 septiembre). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía (Ensayo)* (1.<sup>a</sup> ed.). Galaxia Gutenberg.
- Halas Harold y Whitaker Jhon. (2009). *Timing for Animation*. Estados Unidos: Focal Press.
- Jenkins, H., Ford, S., y Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y el valor en una cultura en red*. Barcelona, España: Gedisa.
- Leborg Christian. (2013). *Gramática visual*. Noruega: Editorial Gustavo Gili.
- Martínez Ojeda, Betty. (2006). *Homo digitalis. Etnografía de la cibercultura*. Colombia: Universidad de los Andes, CESO.
- Prada, J. M. (2018, 14 mayo). *El ver y las imágenes en el tiempo de internet*. Ediciones Akal.
- Rebentisch, J. (2022, 22 septiembre). *ESTÉTICA DE LA INSTALACIÓN*. Tarahumara.
- Simondon, G. (2015, 1 diciembre). *Imaginación e invención*. Cactus.
- Simondon, G., Hughes, J. & Wall-Romana, C. (2023, 17 enero). *Imagination and Invention (Univocal)*. Univocal Publishing.
- Sustaita, A. (2022, 22 septiembre). *EL BAILE DE LAS CABEZAS. Para una estética de la miseria corporal*. Fontamara.
- Sustaita, A. J. A. S. M. D. L. A. (2022, 22 septiembre). *AL LÍMITE. Estética y ética de la violencia*. Fontamara S. A.
- Thompson, John B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós.



Departamento de Desarrollo Curricular

Programa de Estudios  
Aprobado por los HH. Consejos  
Académico y de Gobierno