

Librería  
**Bonilla y Asociados**  
desde 1950



**Título:** Guerra, en Su Nombre: los Medios de la Guerra en la Guerra de los Medios

**Autor:** Viscardi, Ricardo

**Precio:** \$193.00

**Editorial:**

**Año:** 2006

**Tema:**

**Edición:** 1ª

**Sinopsis**

**ISBN:** 8493537411

Guerra, en su nombre. Los medios de la guerra en la guerra de los medios, de Ricardo Viscardi, plantea, a través de un conjunto de artículos, algunos de los temas que desde las redes (in) mediáticas (como profundización del espectáculo) se presentan involucrando a los medios también en las guerras. Es decir, el cambio de paradigma bélico se visualiza al transformarse las tecnologías de la comunicación y de la información en armas de guerra y al perder el soldado la especificidad y la autonomía que se le había conferido desde la modernidad.

El campo de batalla ha desaparecido y la virtualidad (como distancia de/ en la distancia) ya no construye espacios posibles donde los ejércitos pudieran enfrentarse sino artificios de guerras que no tienen lugares ni tiempos donde desarrollarse sino que se producen en la inmaterialidad y a historicidad del simulacro mediático. Son guerras heterotópicas en la medida en que impiden la nominación (desaparición por exceso) y no permiten la construcción de espacios comunes (comunicación).