



Ministerio de Cultura y Educación  
 Universidad Nacional de San Luis  
 Facultad de Ciencias Humanas  
 Departamento: Comunicación  
 Area: Area 8: Integración y Praxis

(Programa del año 2018)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 03/07/2019 17:49:35)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION CULTURAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2018	2° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
NAVARRETE, MARCELA HAYDEE	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
HANG, MARIA CECILIA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs
PARRA, PABLO DANIEL	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
06/08/2018	16/11/2018	15	60

### IV - Fundamentación

La asignatura Comunicación Cultural se ubica en el cuarto año de la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 09/07) y por sus contenidos y objetivos forma parte de un eje teórico y reflexivo que pone en escena los distintos paradigmas, perspectivas y abordajes propios del campo de la comunicación. En particular, la asignatura se centra en el ámbito de estudios de la comunicación que pone en relación indisociable a la comunicación y la cultura. Este campo constituye un espacio prolífero de problemas y miradas, producto de un desplazamiento teórico y metodológico que sacó a la comunicación de una concepción instrumental o puramente ideológica y posibilitó un abordaje más antropológico y social.

Esta materia pretende plantear un puente entre las asignaturas con énfasis en las teorías de la comunicación y aquellas que se abocan a la investigación dentro del campo donde aparece imbricada la cultura. En este sentido, se propicia que el/la alumno/a pueda elaborar a partir de estos insumos una reflexión propia.

Como posicionamiento desde el cual planteamos el recorrido de la asignatura, damos preeminencia a las problemáticas latinoamericanas de integración e identidad en un contexto globalizado y a un tema de gran actualidad, como son los consumos culturales en los jóvenes.

### V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

1. Reflexionar sobre la relación entre comunicación y cultura.
2. Reconocer los aportes de los Estudios Culturales, en sus diversas vertientes y poner en discusión sus derivas

contemporáneas, en particular poniendo en foco las propuestas latinoamericanas.

3. Ofrecer herramientas teóricas para iniciar una reflexión sobre las problemáticas de una (¿posible?) identidad latinoamericana y sobre las identidades juveniles en el contexto actual.

4. Reconocer procesos y fenómenos ligados a las transformaciones culturales de las sociedades contemporáneas y promover una reflexión sobre algunos de éstos.

## VI - Contenidos

### **Unidad 1: Los Estudios Culturales: historia, aportes y discusiones.**

La articulación entre comunicación y cultura o comunicación/cultura. Surgimiento de los Estudios Culturales en Inglaterra: posteriores recorridos y declinaciones. Los Estudios Culturales como campo transdisciplinar. Convergencias y divergencias entre los principales planteos, vertientes y paradigmas. Los Estudios Culturales o Estudios de la Cultura en América Latina: características, debates y perspectivas.

### **Unidad 2: El problema de la identidad en América Latina.**

Identidad/identidades: perspectivas objetivistas y subjetivistas, relacional y situacional, esencialismo. La identidad desde el Estado. Fronteras y estrategias de la identidad. El problema de las identidades culturales en el contexto globalizado actual. Debates por la(s) identidad(es) latinoamericana(s). Lo 'latino' como categoría para ser pensada: cruces entre la semiótica, los Estudios Culturales y la comunicación.

### **Unidad 3: Los consumos culturales e identidades juveniles.**

El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: principios e interfaces. Definición del campo de estudios de los consumos culturales. Encoding/Decoding: codificación, hegemonía y lecturas. Nuevos consumos culturales en Argentina. Identidades Juveniles y consumos culturales en América Latina.

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

El Plan de Trabajos Prácticos contempla 3 modalidades:

1. Actividad práctica áulica: en relación con las clases teóricas sobre los contenidos, se trabaja a partir de lecturas guiadas, contrastaciones teóricas, análisis de materiales audiovisuales, visuales, sonoros o gráficos de los cuales se realiza una puesta en común en el aula. El trabajo se realiza a partir de los textos de la bibliografía básica y material ad hoc que se suma de manera complementaria. El objetivo principal de esta primera instancia consiste en realizar una primera aproximación a los principales conceptos, perspectivas y/o aportes conceptuales del material bibliográfico y propiciar la comprensión de éstos y la integración teoría/práctica desde la dinámica del trabajo de aula, con lecturas previas. Se realiza el visado en el aula.

2. Trabajos Prácticos (TP): proponen la interrelación de contenidos de una unidad. Se evalúan con nota numérica y con devolución cualitativa.

3. Trabajos Prácticos Evaluativos (TPE): en estas actividades, se pretende lograr la integración, articulación y reflexión, de los principales ejes y perspectivas que convergen en cada Unidad. El último evaluativo es un trabajo integrador a partir de un eje temático de los que ofrece la asignatura, en relación contenidos de la misma, bajo la guía de un integrante del equipo docente. Este trabajo puede elaborarse en lenguaje audiovisual, radiofónico, visual, escrito, teniendo en cuenta las especificidades de las dos orientaciones.

Los trabajos prácticos tienen una recuperación.

## VIII - Regimen de Aprobación

-Requisitos para promocionar:

1. 80% de asistencia a todas las clases.

2. Participación activa en clase.

3. Aprobación de los TP y los TPE con nota mínima 7 (siete).

4. Aprobación de un Coloquio Integrador oral individual, con nota mínima 7 (siete).

-Requisitos para regularizar:

1. 80% de asistencia a todas las clases.
2. Participación activa en clase.
3. Aprobación de los TP y los TPE.

-Régimen Libre: plan ad hoc, con seguimiento.

## IX - Bibliografía Básica

- [1] SCHMUCLER, Héctor “La investigación (1982): un proyecto de comunicación/cultura” en Memorias de la Comunicación, Editorial Biblos, Bs. As., 1997
- [2] ALABARCES, Pablo “Estudios Culturales” en Altamirano, Carlos (director) Términos Críticos de Sociología de la Cultura, Buenos Aires, Paidós, 2002
- [3] GRANDI, R. “Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad” en Texto y contexto en los medios de Comunicación. Bosch. Barcelona. 1995. pp93-115.
- [4] HALL, Stuart “Estudios Culturales: dos Paradigmas” en Causas y Azares Nro1. 1994 (Pág. 27-44)
- [5] SPIELMANN, Ellen, “Nosotros habíamos hecho estudios culturales mucho antes de que esta etiqueta apareciera”, Una entrevista con Jesús Martín Barbero, Berlín, noviembre de 1996. Publicada en <http://www.javeriana.edu.co/pensar/Rev33.html>
- [6] REGUILLO, Rossana “Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso” en Aula Abierta. Lecciones básicas, Portal de la Comunicación, Barcelona, 2004
- [7] CUCHE, D “Cultura e Identidad” en La noción de cultura en las Ciencias Sociales. Nueva Visión, Buenos Aires. 1999 (Pág. 105 a 122 y 132-134)
- [8] GARCÍA CANCLINI, Néstor Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004 (Pág. 29-43)
- [9] GARCÍA CANCLINI, Néstor Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004 (131-145)
- [10] REGUILLO, Rossana Horizontes Fragmentados: comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras, ITESO, México, 2005 (Pág. 9-44)
- [11] HALL, Stuart “Encoding/Decoding” en Culture, Media, Lenguaje, Hutchinson, Londres, 1980 Traducción C. Rusconi y A. Cantú, UNRC
- [12] SUNKEL G. (Coord.) “Introducción” de El Consumo Cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación, Convenio Andrés Bello, Santa Fé de Bogotá, 1999
- [13] GARCÍA CANCLINI, Néstor “El Consumo Cultural: una propuesta teórica” en Sunkel, Guillermo, (Coord.) El Consumo Cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación, Convenio Andrés Bello, Santa Fé de Bogotá, 1999.
- [14] REGUILLO, Rossana Emergencias de Culturas Juveniles: estrategias del desencanto, Grupo Edit. Norma, Buenos Aires, 2000 (Pág. 13-73)
- [15] GARCÍA CANCLINI, Néstor “¿Ser diferente es desconectarse? Sobre las culturas juveniles” en Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004
- [16] Dossier de casos de estudios de Consumos Culturales en Jóvenes (armado por la cátedra)

## X - Bibliografía Complementaria

- [1] Alabarces, P. y Añón, V. “¿Popular(es) o subalterno(s)? Entre la retórica y la pregunta por el poder” en Alabarces, P y Rodríguez, M. G. Resistencias y mediaciones. La cultura popular en la Argentina, Bs. As., Prometeo, 2008
- [2] Alabarces, Pablo “Un destino sudamericano. La invención de los estudios sobre cultura popular en la Argentina” en Revista Argentina de Comunicación, Dossier “Identidad y memoria de los estudios de comunicación en Argentina”, Año 1, N° 1, Bs As, Prometeo Libros, 2006
- [3] Arizaga C. Y Wortman, C. “Buenos Aires está cambiando: entre los consumos culturales y los barrios cerrados” Instituto Gino Germani, FCS, UBA, 2004 disponible en
- [4] [http://mundourbano.unq.edu.ar/index.php?option=com\\_content&view=article&id=47&catid=81](http://mundourbano.unq.edu.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=47&catid=81)
- [5] Barker, C. Televisión, globalización e identidades culturales. Paidós. Barcelona. 2003.
- [6] Barker, M y A. Beezer (comp.) Introducción a los estudios culturales. Bosch. Barcelona. 1994.
- [7] Bhabha, H. El lugar de la cultura. Manantial. Buenos Aires. 2002.
- [8] Beverly, John Subalternidad y representación. Debates en teoría cultural. Traducción de Marlene Beiza y Sergio

- [9] Boutinet, J.P. "Identité, identification et projet". En *Ethno-psychologie* N°1 Enero-Marzo. Le Havre
- [10] Chambers, I. *Migración, Cultura e identidad*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- [11] García Canclini, Néstor "El malestar en los estudios culturales", *Revista Fractal* N° 6, julio-septiembre 1997, año 2, volumen II, (Pág. 45-60)
- [12] Colon Zayas, Eliseo (Coord.) *Gusto Latino*, *Revista De Signis*, N° 14, Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2009 (Pág. 7-23)
- [13] Cuche, D. *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión, Buenos Aires. 1999.
- [14] Curran, J., Morley, D. y V. Walkerdine.(comp.) *Estudios Culturales y comunicación*. Paidós. Barcelona. 1998.
- [15] Cruz J. y Lewis J. "Reflexiones acerca del Modelo Encoding/Decoding: una entrevista con Stuart Hall" en *Viewing, Reading, Listening: audiencias and cultural reception*, Boulder Westview Press, 1983
- [16] Díaz Larrañaga, N; Saintout, F. "Mirada crítica de la comunicación en América Latina: entre el desarrollo, la dominación, la resistencia y la liberación", en *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento del campo académico*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata, 2003
- [17] Durkheim, E. *Las formas elementales de la vida religiosa*. Akal, Madrid. 1982.
- [18] Eco, U. *Apocalípticos e Integrados*, Editorial Lumen, Barcelona, 1998 (1ª edición 1968) "Cultura de masas y "niveles" de la cultura" (Pág. 51-82) Featherstone, M., *Global Culture Una Introducción*. En. *Theory, Culture y Society*, SAGE, London, Vol. 7 (1-14), 1990.
- [19] Ferguson, M. y P. Golding (comp.) *Economía Política y Estudios Culturales*. Bosch. Barcelona 1998.
- [20] Ferguson, M., *La mitología sobre la globalización*, *European Journal of communication*, vol.7, nro. 1, mar.'92.
- [21] Ford, A. *Navegaciones*. Amorrortu. Buenos Aires. 1995
- [22] Freud, S. *El malestar en la cultura*. Obras completas, T. 22. Editorial Losada, Barcelona. 1997.
- [23] García Canclini, N. *Culturas Híbridas*. Sudamericana. Buenos Aires. 1992.
- [24] -----Consumidores y ciudadanos. Grijalbo. México. 1995.
- [25] -----Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP. 1997.
- [26] -----La globalización imaginada. Paidós. Barcelona. 1999.
- [27] -----"Los estudios culturales de los 80 a los 90: perspectivas antropológicas y sociológicas en América Latina" Ponencia presentada en la Reunión de LASA, Washington, 4-7 de marzo de 1991.
- [28] Geertz, C. *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona. 2000
- [29] Giddens, A. *Consecuencias de la modernidad*. Alianza .Madrid.
- [30] Giddens, A. *Modernidad e identidad del yo*. Península. Madrid.1995.
- [31] Gimenez, Gilberto "Para una concepción semiótica de la cultura", Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México
- [32] Grandi, R. *Texto y contexto de los medios de comunicación*. Bosch. Barcelona. 1995.
- [33] Grignon, C. Y J. Passeron. *Lo culto y lo popular*. Nueva Visión. Buenos Aires. 1991.
- [34] Grimson A. y M. Varela. *Audiencias, cultura y poder*. Eudeba. Buenos Aires. 1999.
- [35] Grossberg, L. et alt., *Cultural Studies*, Routledge, London, 1992.
- [36] Grüner, Eduardo "El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Zizêk" en *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Paidós, Buenos Aires, 1998
- [37] Hannerz, U. *Conexiones Transnacionales*. Cátedra. Madrid. 1998.
- [38] Hartley, J. *Los usos de la televisión*. Paidós. Barcelona. 2000.
- [39] Ianni, O., Prefacio en *A sociedade global, Civilização brasileira*, R. de J.,1992.
- [40] Kellner, D. *Media Culture*, Routledge, London and New York, 1995.
- [41] Levi-Strauss, C. *Antropología estructural*. Eudeba, Bs.As. 1968.
- [42] Lins Ribeiro, G. "Postimperialismo. Diálogo con el postcolonialismo y el multiculturalismo. En *Postimperialismo*. Gedisa. Barcelona. 2003 (Pág. 39-60)
- [43] Lull, J. *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu. Buenos Aires. 1997
- [44] Martín Barbero J., *Identidad, comunicación y modernidad en América Latina*, *Contratexto*, no.4, jul. '89,(31-56), Fac. de Cs. de la Comunicación, Lima.
- [45] Martín Barbero, J. *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili. México. 1987.
- [46] Martín Barbero, J. *Comunicación, campo cultural y proyecto mediador*, VI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Panamá, oct., 1989.
- [47] -----Procesos de comunicación y matrices de cultura. Gustavo Gili. México. 1987.
- [48] -----Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura, FCE. México.

2002

[49] Morley, D. Televisión, audiencias y estudios culturales. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.

[50] Nightingale, V. El estudio de las audiencias. Paidós. Barcelona. 1999.

[51] Ortiz, Renato "Estudios Culturales, fronteras y traspasos" Revista Punto de Vista, Año XXIV, N° 71, Buenos Aires, 2001

[52] Rivera Cusicanqui, S. Y Barragán, R. (Comp.) "Presentación" a Debates post coloniales: una introducción a los estudios de la subalternidad, La Paz, Editorial Historias, 1997

[53] Saintout, F. "Prólogo" de Mattelart, A. y Neveu, Eric Los 'Cultural Studies'. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje, Editado por Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, 2002

[54] Sarlo, B. "Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad", en Punto de Vista, I, 6, Bs As, 1979.

[55] -----"Raymond Williams: una relectura", en Puntos de vista, XVI, 45, Bs. As., 1993

[56] Sahlins M. Cultura y razón práctica. Gedisa, Barcelona. 1997.

[57] Santos, M. Técnica, espaço, tempo, Hucitec, São Paulo, 1994.

[58] Silverstone, R. ¿Por qué estudiar los medios? Amorrortu. Buenos Aires. 2004.

[59] Silverstone, R. Televisión y vida cotidiana. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.

[60] Stevenson, N. Culturas mediáticas. Amorrortu. Buenos Aires. 1998.

[61] Thompson, J. Los media y la modernidad. Paidós. Barcelona. 1998.

[62] Weber, M. La ética protestante y el espíritu del capitalismo (1905). Istmo, Madrid 1998.

[63] Williams, R. Cultura y Sociedad. Nueva visión. Buenos Aires. 2001.

[64] -----La larga revolución. Nueva Visión. Buenos Aires. 2003.

[65] ----- "El futuro de los estudios culturales" en La política del modernismo. Manantial. Buenos Aires. 1997. pp. 187-200.

[66] Wortman, Ana Imágenes publicitarias/ nuevos burgueses, Buenos Aires, Prometeo Libros

[67] -----"Escenas de los consumos culturales en Argentina" en Centro Cultural de España en Córdoba (Argentina), (comp.) En busca de la señal: lectura sobre nuevos hábitos de consumo cultural, AECID, Córdoba, 2009 disponible en

[http://www.cceproyectos.cl/uvic/wp-content/docs/docs\\_pdf/libros\\_y\\_documentos/157.%20Buscando%20Senal.pdf](http://www.cceproyectos.cl/uvic/wp-content/docs/docs_pdf/libros_y_documentos/157.%20Buscando%20Senal.pdf)

[68] Winocur, Rosalía "El móvil, artefacto para controlar la incertidumbre", Alambre N°1, marzo disponible en <http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?Id=15>

## **XI - Resumen de Objetivos**

1. Reflexionar sobre la relación entre comunicación y cultura.
2. Reconocer los aportes de los Estudios Culturales, en sus diversas vertientes y poner en discusión sus derivas contemporáneas, en particular poniendo en foco las propuestas latinoamericanas.
3. Ofrecer herramientas teóricas para iniciar una reflexión sobre las problemáticas de una (¿posible?) identidad latinoamericana y sobre las identidades juveniles en el contexto actual.
4. Reconocer procesos y fenómenos ligados a las transformaciones culturales de las sociedades contemporáneas y promover una reflexión sobre algunos de éstos.

## **XII - Resumen del Programa**

Reflexiones sobre la relación entre comunicación y cultura. Estudios Culturales. Identidades, comunicación y cultura: miradas desde América Latina. Consumos culturales y juventudes en Latinoamérica.

## **XIII - Imprevistos**

## **XIV - Otros**

**ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA****Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: