



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 2014)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 06/09/2014 19:09:40)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION CULTURAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2014	2° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
NAVARRETE, MARCELA HAYDEE	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 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
18/08/2014	21/11/2014	14	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 este caso un itinerario que pone en relación indisoluble a la comunicación y la cultura. Este ámbito 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 asignatura 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 alumno 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 de los jóvenes en el contexto del Capitalismo Tardío.
4. Visualizar el ámbito de los Consumos Culturales como espacio de problemas e interrogantes para la investigación.

## 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. Textos 1-7

### 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. Textos 8-11

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

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. Textos 12-18

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

- Lecturas guiadas y discusiones en aula.
- Trabajos prácticos de comprensión lectora y contrastaciones teóricas.
- Análisis de productos culturales.
- Trabajo Final: de carácter individual para los alumnos promocionales y grupal para los regulares (número máximo de 3 integrantes)

## VIII - Regimen de Aprobación

-Régimen de Promoción:

1. 80% de asistencia a clases teórico-prácticas.
2. Participación activa en clase.
3. Aprobación de todos los trabajos prácticos con nota mínima 7 (siete).
4. Aprobación de un Trabajo Práctico Final, con nota mínima 7 (siete) individual.
5. Aprobación de un coloquio integrador con nota mínima 7 (siete).

-Régimen Regular:

1. 80% de la asistencia.
2. Aprobación de todos los trabajos prácticos.
3. Aprobación de un Trabajo Práctico Final que puede ser grupal (número máximo integrantes 3) con nota mínima 6 seis.

-Régimen Libre:

1. Aprobar un Plan de Trabajos Prácticos que se asigna Ad Hoc. El mismo se entrega 30 días antes del día del examen final y se defiende 20 días antes del examen final.
2. Aprobar en la Mesa de Examen una prueba escrita sobre contenidos teóricos del programa y, una vez aprobada esta instancia, aprobar un examen oral a programa abierto.

## IX - Bibliografía Básica

- [1] 1. SCHMUCLER, Héctor "La investigación (1982): un proyecto de comunicación/cultura" en Memorias de la Comunicación, Editorial Biblos, Bs. As., 1997
- [2] 2. ALABARCES, Pablo "Estudios Culturales" en Altamirano, Carlos (director) Términos Críticos de Sociología de la Cultura, Buenos Aires, Paidós, 2002
- [3] 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] 4. HALL, Stuart “Estudios Culturales: dos Paradigmas” en Causas y Azares Nro1. 1994 (Pág. 27-44)
- [5] 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] 6. GARCÍA CANCLINI, Néstor “El malestar en los estudios culturales”, Revista Fractal N° 6, julio-septiembre 1997, año 2, volumen II, (Pág. 45-60)
- [7] 7. REGUILLO, Rossana “Los estudios culturales. El mapa incómodo de un relato inconcluso” en Aula Abierta. Lecciones básicas, Portal de la Comunicación, Barcelona, 2004
- [8] 8. CUCHE, D “Cultura e Identidad” en La noción de cultura en las ciencias sociales. Nueva Visión, Buenos Aires. 1999 (Pág. 105 a 120 y 132-134)
- [9] 9. GARCÍA CANCLINI, Néstor Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004 (Pág. 29-43; 131-145)
- [10] 10. REGUILLO, Rossana Horizontes Fragmentados: comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras, ITESO, México, 2005 (Pág. 9-44)
- [11] 11. COLON ZAYAS, Eliseo (Coord.) Gusto Latino, Revista De Signis, N° 14, Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2009 (Pág. 7-23)
- [12] 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] 13. GARCÍA CANCLINI, Néstor “El Consumo Cultural: una propuesta teórica” en Zunkel, Guillermo, (Coord.) El Consumo Cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación, Convenio Andrés Bello, Santa Fé de Bogotá, 1999.
- [14] 14. HALL, Stuart “Encoding/Decoding” en Culture, Media, Lenguaje, Hutchinson, Londres, 1980 Traducción C. Rusconi y A. Cantú, UNRC
- [15] 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] 16. REGUILLO, Rossana Emergencias de Culturas Juveniles: estrategias del desencanto, Grupo Edit. Norma, Buenos Aires, 2000 (Pág. 13-73)
- [17] 17. GARCÍA CANCLINI, Néstor “¿Ser diferente es desconectarse? Sobre las culturas juveniles” en Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004
- [18] 18. 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 Villalobos, Madrid, Iberoamericana/Vervuert
- [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] Cucho, D. La noción de cultura en las ciencias sociales. Nueva Visión, Buenos Aires. 1999.
- [12] Curran, J., Morley, D. y V. Walkerdine.(comp.) Estudios Culturales y comunicación. Paidós. Barcelona. 1998.
- [13] 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
- [14] Durkheim, E. Las formas elementales de la vida religiosa. Akal, Madrid. 1982.
- [15] 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.
- [16] Ferguson, M. y P. Golding (comp.) *Economía Política y Estudios Culturales*. Bosch. Barcelona 1998.
- [17] Ferguson, M., *La mitología sobre la globalización*, *European Journal of communication*, vol.7, nro. 1, mar.'92.
- [18] Ford, A. *Navegaciones*. Amorrortu. Buenos Aires. 1995
- [19] Freud, S. *El malestar en la cultura*. Obras completas, T. 22. Editorial Losada, Barcelona. 1997.
- [20] García Canclini, N. *Culturas Híbridas*. Sudamericana. Buenos Aires. 1992.
- [21] -----*Consumidores y ciudadanos*. Grijalbo. México. 1995.
- [22] -----*Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP. 1997.
- [23] -----*La globalización imaginada*. Paidós. Barcelona. 1999.
- [24] -----“*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.
- [25] Geertz, C. *La interpretación de las culturas*. Gedisa, Barcelona. 2000
- [26] Giddens, A. *Consecuencias de la modernidad*. Alianza .Madrid.
- [27] Giddens, A. *Modernidad e identidad del yo*. Península. Madrid.1995.
- [28] Gimenez, Gilberto “*Para una concepción semiótica de la cultura*”, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México
- [29] Grandi, R. *Texto y contexto de los medios de comunicación*. Bosch. Barelona. 1995.
- [30] Grignon, C. Y J. Passeron. *Lo culto y lo popular*. Nueva Visión. Buenos Aires. 1991.
- [31] Grimson A. y M. Varela. *Audiencias, cultura y poder*. Eudeba. Buenos Aires. 1999.
- [32] Grossberg, L. et alt., *Cultural Studies*, Routledge, London, 1992.
- [33] 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
- [34] Hannerz, U. *Conexiones Transnacionales*. Cátedra. Madrid. 1998.
- [35] Hartley, J. *Los usos de la televisión*. Paidós. Barcelona. 2000.
- [36] Ianni, O., Prefacio en *A sociedade global*, *Civilização brasileira*, R. de J.,1992.
- [37] Kellner, D. *Media Culture*, Routledge, London and New York, 1995.
- [38] Levi-Strauss, C. *Antropología estructural*. Eudeba, Bs.As. 1968.
- [39] Lins Ribeiro, G. “*Postimperialismo. Diálogo con el postcolonialismo y el multiculturalismo*. En *Postimperialismo*. Gedisa. Barcelona. 2003 (Pág. 39-60)
- [40] Lull, J. *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu. Buenos Aires. 1997
- [41] Martín Barbero J., *Identidad, comunicación y modernidad en América Latina*, *Contratexto*, no.4, jul. '89,(31-56), Fac. de Cs. de la Comunicación, Lima.
- [42] Martín Barbero, J. *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili. México. 1987.
- [43] Martín Barbero, J. *Comunicación, campo cultural y proyecto mediador*, VI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Panamá, oct., 1989.
- [44] -----*Procesos de comunicación y matrices de cultura*. Gustavo Gili. México. 1987.
- [45] -----*Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE. México. 2002
- [46] Morley, D. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.
- [47] Nightingale, V. *El estudio de las audiencias*. Paidós. Barcelona. 1999.
- [48] Ortiz, Renato “*Estudios Culturales, fronteras y trasposos*” *Revista Punto de Vista*, Año XXIV, N° 71, Buenos Aires, 2001
- [49] 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
- [50] 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
- [51] Sarlo, B. “*Raymond Williams y Richard Hoggart: sobre cultura y sociedad*”, en *Punto de Vista*, I, 6, Bs As, 1979.
- [52] -----“*Raymond Williams: una relectura*”, en *Puntos de vista*, XVI, 45, Bs. As., 1993
- [53] Sahlins M. *Cultura y razón práctica*. Gedisa, Barcelona. 1997.
- [54] Santos, M. *Técnica, espaço, tempo*, Hucitec, São Paulo,1994.
- [55] Silverstone, R. *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu. Buenos Aries. 2004.
- [56] Silverstone, R. *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.
- [57] Stevenson, N. *Culturas mediáticas*. Amorrortu. Buenos Aires. 1998.

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

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

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

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

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

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

[64] -----“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)

[65] 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 de los jóvenes en el contexto del Capitalismo Tardío.
4. Visualizar el ámbito de los Consumos Culturales como espacio de problemas e interrogantes para la investigación.

## 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

Se resuelven en el marco de la normativa vigente y con el asesoramiento de la Secretaría Académica, en caso de ser necesario.

## XIV - Otros

<b>ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA</b>	
	<b>Profesor Responsable</b>
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	