Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Fonoaudiologia y Comunicacion
Area: Formación General en Comunicación

(Programa del año 2007)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 16/04/2007 11:52:27)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION CULTURAL	LIC.COM. SOCIAL	2/99	4	1c

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
NAVARRETE, MARCELA HAYDEE	Prof. Responsable	P.ADJ SEM	20 Hs
LENCINA, ENRIQUE OMAR	Auxiliar de Práctico	A.1RA SEM	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	1 Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
12/03/2007	15/06/2007	14	60

IV - Fundamentación

La asignatura Comunicación Cultural se ubica en el último año de la Licenciatura en Comunicación Social y es parte de la Orientación en Promoción Cultural y Educativa. En este sentido el desarrollo de la misma propone dos ejes de articulación: el primero, vertical, se relaciona con las etapas ya completadas del plan de estudios y pretende continuar la reflexión teórica y crítica referida a la articulación entre comunicación y cultura. Aquí se retoman elementos brindados por asignaturas como Teoría de la Comunicación, Análisis de la Realidad Contemporáneas, Antropología, Epistemología.
El otro eje, horizontal, busca una articulación con los objetivos de las otras asignaturas de la orientación
Se trabajará sobre diversos conceptos de cultura y su uso en los estudios de comunicación. Se hará especial hincapié en los estudios culturales como campo de articulación y en especial en la propuesta de Stuart Hall. Por último si presentarán algunos problemas –como el de las identidades- de la investigación actual donde pueden pensarse la articulación entre comunicación y cultura.

V - Objetivos

1.Acceder a una conceptualización multidisciplinar de la cultura
2.Identificar conexiones entre comunicación y cultura desde diversas corrientes teóricas y perspectivas de investigación.
3.Valorar los aportes de los enfoques culturales para el análisis de los procesos de comunicación y de los enfoques comunicacionales para el análisis de la cultura.
4.Reconocer la importancia de los enfoques culturales en la investigación en comunicación en América Latina.
5.Analizar, en la investigación actual, campos de problemas donde se vinculan comunicación y cultura.

VI - Contenidos

. Revisión del concepto de cultura

1. El concepto de cultura en las ciencias sociales y las humanidades.
Genealogía del concepto de cultura. Naturaleza/cultura; cultura/civilización; cultura/sociedad. Las concepciones "científicas" de la cultura: la sociología, el psicoanálisis, la antropología. La tradición humanista: el concepto de cultura en la filosofía y la literatura.

B. Los estudios culturales

2. El campo y la teoría
Superar la vinculación cultura y comunicación como relación de exterioridad. El surgimiento de los estudios culturales. Los textos fundadores. Los estudios culturales como campo transdisciplinario. Los paradigmas convergentes: marxismo y estructuralismo; ciencias sociales y estudios literarios.

3. Medios, cultura e ideología: la propuesta de Stuart Hall
Hegemonía y sobredeterminación en el estudio de los medios. El modelo Encoding/Decoding: codificación, hegemonía y lecturas. Medios e ideología.

C. Identidades, comunicación y cultura: miradas desde América Latina

4.Mediaciones culturales y comunicacionales
El campo y los desafíos a la razón dualista. Del ideologismo al estudio de la cultura. Proceso de Comunicación y matrices culturales. Mediaciones.

5. Nuevas identidades.
El problema de las identidades culturales en el contexto globalizado actual. Identidades y problemáticas sociales en América Latina: identidades juveniles. Interculturalidad. Nuevas subjetividades. Sujetos simulados e identidades "desconectadas". Multiculturalismo.

D. Investigaciones actuales en comunicación y cultura.

6. El consumo de medios: de la globalización a la cultura doméstica
La dinámica local/global: contextualización y consumo de los flujos globales. Vivir con los medios. Tecnologías hogareñas, audiencias, usos y consumos.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

El Plan de Trabajos Prácticos involucra la realización de la Trabajos Prácticos Áulicos, consistentes en su mayoría en guías de lecturas y/o producción de textos breves que abordan diversas temáticas a partir de las perspectivas teóricas; y de Trabajos Prácticos Evaluativos, que incluyen actividades de lectura y profundización de los textos, exposición, debate y producción de textos académicos a partir de la bibliografía obligatoria y complementaria señalada por el equipo docente. Estos últimos son calificados con nota numérica.

VIII - Regimen de Aprobación

-Se privilegia la promoción a partir de un régimen de evaluación continua.
Para promocionar se requiere
1.80% de asistencia a clases teórico-prácticas
2.Aprobación de todos los trabajos prácticos áulicos.
3.Aprobación de todos los trabajos prácticos evaluativos con nota mínima 7.

4.Aprobación de evaluaciones parciales con nota mínima 7 (siete)
5.Aprobación con nota mínima 7 del Trabajo Práctico Final, que desarrollará un problema a elección de los alumnos con carácter de monografía o ensayo académico (de 5 a 10 páginas) que incluirá no menos de cinco textos de la bibliografía obligatoria, más lo que el alumno aporte.
-Para regularizar se exige:
1. 80% de la asistencia.
2. Aprobación de todos los trabajos prácticos (áulicos y evaluativos)
3. Aprobación de los dos parciales.
6. Aprobación del Trabajo Práctico Final de los alumnos con carácter de monografía o ensayo académico (de 5 a 10 páginas) que incluirá no menos de cinco textos de la bibliografía obligatoria, más lo que el alumno aporte.
Esta asignatura, por su modalidad de trabajo no admite rendirse bajo condición de alumno libre, sólo se puede aprobar bajo los regímenes de regular y promocional.

IX - Bibliografía Básica

[1] 1.
[2] Cuche, D. La noción de cultura en las ciencias sociales. Nueva Visión, Buenos Aries. 1999. I. Génesis social de la palabra y de la idea de cultura; II, La invención del concepto científico de cultura; III El triunfo del concepto de cultura; IV El estudio de las relaciones entre culturas y la renovación del concepto de cultura; V. Jerarquías sociales y jerarquías culturales. Pp 7-106.
[3] Warley, J. La cultura. Versiones y definiciones. Biblos. Buenos Aires. 2003. cap 5. “la tradición marxista” y cap. 6.“Psicoanálisis”
[4] 2.
[5] 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.
[6] Willians. R. “El futuro de los estudios culturales” en La política del modernismo. Manantial. Buenos Aires. 1997. pp. 187-200.
[7] Hall, S. “Estudios Culturales: dos Paradigmas” en Causas y azares Nro1. Pág. 27-44
[8] 3.
[9] Hall, S. “Enconding/Decoding”. En Culture, Media, Language. Hutchinson. Londres. 1980. 129-139. Traducción C. Rusconi y A. Cantú.
[10] Hall, S. “Reflecciones acerca del modelo Encoding/Decoding: una entrevista con Stuart Hall” en Cruz, J. y J. Lewis (eds), Viewing, reading, listening: audiences and cultural reception.Boulder: Westview Press, pág. 253-74. 1993. Traducción Silvina Berti
[11] 4.
[12] Cuche, D La noción de cultura en las ciencias sociales. Nueva Visión, Buenos Aries. 1999. VI “Cultura e Identidad” Pág. 105 a 120
[13] Reguillo, Rossana
[14] 2000 Emergencias de Culturas Juveniles: estrategias del desencanto, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires (pp13-96)
[15] 2005 Horizontes Fragmentados: comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras, ITESO, México.
[16] Martín Barbero, J. Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. FCE. México. 2002. Procesos de comunicación y matrices de cultura 108-125; Propuestas para reimaginar el campo 126-135; Las culturas en la comunicación de América Latina 136-175, Tecnologías e innovaciones culturales y usos sociales 176-204, La trama comunicativa de la cultura 225-237.
[17] 5.
[18] García Canclini, N. Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa. Barcelona. 2004. pp 29-43; 83-101; 131-179
[19] Lins Ribeiro, G. “Postimperialismo. Diálogo con el postcolonialismo y el multiculturalismo. En Postimperialismo. Gedisa. Barcelona. 2003 pp 39-60
[20] Grüner, E. “El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Zizek” en Estudios Culturales: reflexiones sobre el multiculturalismo, Jameson Fredric y Slavoj Zizek. Paidós, 1998
[21] 6.
[22] Ang, I. “Cultura y comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional” En Dayan, D, comp. En busca del público. Gedisa. Barcelona. 1997.

[23] Miller, D. “The Young and the Restless (los jóvenes y los inquietos). Un ejemplo de lo local y lo global en el consumo de masa”. En Silverstone, R. y E. Hirsch (eds.) Los efectos de la nueva comunicación. Bosch. Barcelona. 1996. pp. 297-318
[24] Morley, D. Televisión, audiencias y estudios culturales. Amorrortu. Buenos Aires. 1996. “Introducción” pp13-70; cap 6 “El marco masculino-femenino en que la familia ve televisión” y 7 “De Family Televisión a una sociología del consumo de los medios” pp. 200-246

X - Bibliografia Complementaria

[1] Barker, C. Televisión, globalización e identidades culturales. Paidós. Barcelona. 2003.
[2] Barker, M y A. Beezer (comp.) Introducción a los estudios culturales. Bosch. Barcelona. 1994.
[3] Bhabha, H. El lugar de la cultura. Manantial. Buenos Aires. 2002.
[4] Boutinet, J.P. “Identité, identification et projet”. En Ethno-psycologie Nº1 Enero-Marzo. Le Havre
[5] Chambers, I. Migración, Cultura e identidad. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
[6] Curran, J., Morley, D. y V. Walkerdine.(comp.) Estudios Culturales y comunicación. Paidós. Barcelona. 1998.
[7] Durkheim, E. Las formas elementales de la vida religiosa. Akal, Madrid. 1982.
[8] Featherstone, M., Global Culture Una Introdución. En. Theory, Culture y Society, SAGE, London, Vol. 7 (1-14), 1990.
[9] Ferguson, M. y P. Golding (comp.) Economía Política y Estudios Culturales. Bosch. Barcelona 1998.
[10] Ferguson, M., La mitología sobre la globalización, European Journal of communication, vol.7, nro. 1, mar.\'92.
[11] Ford. A. Navegaciones. Amorrortu. Buenos Aires. 1995
[12] Freud, S. El malestar en la cultura. Obras completas, T. 22. Editorial Losada, Barcelona. 1997.
[13] García Canclini, N. Culturas Híbridas. Sudamericana. Buenos Aires. 1992.
[14] Garcia Canclini, N. Consumidores y ciudadanos. Grijalbo. México. 1995.
[15] García Canclini N. Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP. 1997.
[16] García Canclini, N. La globalización imaginada. Paidós. Barcelona. 1999.
[17] Geertz, C. La interpretación de las culturas. Gedisa, Barcelona. 2000
[18] Giddens, A. Consecuencias de la modernidad. Alianza .Madrid.
[19] Giddens, A. Modernidad e identidad del yo. Península. Madrid.1995.
[20] Grandi, R. Texto y contexto de los medios de comunicación. Bosch. Barelona. 1995.
[21] Grignon, C. Y J. Passeron. Lo culto y lo popular. Nueva Visión. Buenos Aires. 1991.
[22] Grimson A. y M. Varela. Audiencias, cultura y poder. Eudeba. Buenos Aires. 1999.
[23] Grossberg, L. et alt., Cultural Studies, Routledge, London, 1992.
[24] Hannerz, U. Conexiones Transnacionales. Cátedra. Madrid. 1998.
[25] Hartley, J. Los usos de la televisión. Paidós. Barcelona. 2000.
[26] Ianni, O., Prefacio en A sociedade global, Civiliçao brasileira, R. de J.,1992.
[27] Kellner, D. Media Culture, Routledge, London and New York, 1995.
[28] Levi-Strauss, C. Antropología estructural. Eudeba, Bs.As. 1968.
[29] Lull, J. Medios, comunicación, cultura. Amorrortu. Buenos Aires. 1997
[30] Martín Barbero J.., Identidad, comunicación y modernidad en América Latina, Contratexto, no.4, jul. \'89,(31-56), Fac. de Cs. de la Comunicación, Lima.
[31] Martín Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Gustavo Gili. México. 1987.
[32] Martín Barbero, J. Comunicación, campo cultural y proyecto mediador, VI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Panamá, oct., 1989.
[33] Martín Barbero, J. Procesos de comunicación y matrices de cultura. Gustavo Gili. México. 1987.
[34] Morley, D. Televisión, audiencias y estudios culturales. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.
[35] Nightingale, V. El estudio de las audiencias. Paidós. Barcelona. 1999.
[36] Sahlins M. Cultura y razón práctica. Gedisa, Barcelona. 1997.
[37] Santos, M. Técnica, espaço, tempo, Hucitec, São Paulo,1994.
[38] Silverstone, R. ¿Por qué estudiar los medios? Amorrortu. Buenos Aries. 2004.
[39] Silverstone, R. Televisión y vida cotidiana. Amorrortu. Buenos Aires. 1996.
[40] Stevenson, N. Culturas mediáticas. Amorrortu. Buenos Aires. 1998.
[41] Thompson, J. Los media y la modernidad. Paidós. Barcelona. 1998.
[42] Weber, M. La ética protestante y el espíritu del capitalismo (1905). Istmo, Madrid 1998.
[43] Williams, R. Cultura y Sociedad. Nueva visión. Buenos Aires. 2001.

[44] Williams, R. La larga revolución. Nueva Visión. Buenos Aires. 2003.

XI - Resumen de Objetivos

.Acceder a una conceptualización multidisciplinar de la cultura
2.Identificar conexiones entre comunicación y cultura desde diversas corrientes teóricas y perspectivas de investigación.
3.Valorar los aportes de los enfoques culturales para el análisis de los procesos de comunicación y de los enfoques comunicacionales para el análisis de la cultura.
4.Reconocer la importancia de los enfoques culturales en la investigación en comunicación en América Latina.

XII - Resumen del Programa

El concepto de cultura en las ciencias sociales y las humanidades. Los estudios culturales:el campo y la teoría. Medios, cultura e ideología: la propuesta de Stuart Hall. Identidades, comunicación y cultura: miradas desde América Latina. Mediaciones culturales y comunicacionales. Nuevas identidades. Investigaciones actuales en comunicación y cultura. El consumo de medios: de la globalización a la cultura doméstica

XIII - Imprevistos

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	