

PROGRAMA

Año 2007

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMAN
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN
ASIGNATURA: CULTURA Y COMUNICACIÓN**

Profesora Adjunta: María Marta Luján

Auxiliares Docentes: Lic. Fulvio Rivero, Prof. Paula Storni, Prof. María Josefina Santillán, Prof. María José Cisneros y Prof. Mariana Carlés.

Curso: 2° año.

Carga horaria: 60 hs., 4 hs. semanales, 2 horas de clases teóricas y 2 de prácticos.

Régimen: Promocional.

FUNDAMENTACION:

El Programa que se propone a continuación contempla, en primer lugar, la necesidad planteada en el Plan de Estudios de formar especialistas en Comunicación respondiendo a una demanda urgente, en el marco de la “compleja realidad social y cultural de estos convulsivos albores del siglo XXI” , entre cuyas transformaciones más relevantes se encuentra la acelerada evolución de las tecnologías, las prácticas y los escenarios comunicacionales.

El objetivo del proyecto curricular apunta a la capacitación de profesionales en el ámbito comunicacional en los diversos niveles de interacción en que se realiza la vida social .

Por otro lado, los dos términos que conforman el enunciado de la materia, **Cultura** y **Comunicación**, se asumen como conceptos que se implican mutuamente, indisociables. El objetivo es abordar a la comunicación como acto de cultura y a ésta, como un proceso comunicativo. Ello supone una nueva manera de entender y estimular prácticas sociales colectivas e individuales: la de la relación Comunicación/Cultura como problema ideológico y ético que – como lo señala Habermas- “sólo puede surgir en el contexto de la comunicación entre actores y de una intersubjetividad que sólo se forma sobre la base siempre amenazada del reconocimiento recíproco”.

En tanto fenómeno plural, la Comunicación debe ser hablada desde todas partes; lejos de ser un objeto constituido, la comunicación se abordará desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales.

Este Programa considera a la Historia de la Comunicación, de sus medios y sistemas, como un capítulo importante de la Historia de la Cultura y, al mismo

tiempo, pretende aportar algunas pistas para encarar una historia cultural de aquellos.

En tal sentido, se hace necesario el abordaje de la relación entre cultura y técnica desde dos perspectivas de análisis diferentes aunque complementarias: en primer lugar, la relación entre técnica, percepción y conocimiento supone un marco general indispensable para el análisis de la causalidad recíproca entre la historia de las tecnologías de la comunicación y los cambios en los modos de la percepción humana; esta mirada resulta indispensable para poner de relieve los aspectos técnico-materiales y la transformación de las mediaciones perceptuales ligadas a los dispositivos técnicos. Sin embargo, el estudio de los medios de comunicación modernos exige la articulación de otra relación: aquella entre técnica, cultura y sociedad.

En este Programa, el estudio de la comunicación y los medios no se realizará en función de los usos de instrumentos o evaluación de tecnologías, sino como formas de mediación política e ideológica.

En este punto, surge la problemática actual referida al rol de la comunicación en el creciente proceso de globalización: por un lado, el papel ejercido por los medios masivos en tal proceso, y por el otro, el de la comunicación convertida en el más eficaz motor de desenganche e inserción de las culturas en el mercado y las tecnologías globales; las actuales modalidades de comunicación aceleran e intensifican el intercambio y la interacción entre culturas disparando la reflexión en torno a otra problemática: la identidad cultural y su amenaza por parte de los mecanismos de transculturación, reapropiación, hibridación, etc. La comunicación en el campo de la cultura deja de ser un movimiento exterior a los fenómenos culturales mismos para convertirse en un movimiento entre culturas: movimiento de apertura y acceso a otras culturas, que implica siempre la transformación/recreación de la propia.

Se hace necesario, desde la Cátedra, superar la concepción puramente instrumentalista de los avances tecnológicos para asumir el desafío ético y político que conlleva el reconocimiento *en la práctica* del espesor cultural que contienen los procesos y los medios de comunicación.

OBJETIVOS:

- Que los alumnos reflexionen críticamente sobre los conceptos clave del programa: cultura, comunicación, globalización, identidad, cultura popular y cultura masiva.
- Que, a partir de la adquisición de categorías teóricas básicas, los estudiantes sean capaces de indagar la realidad cultural y comunicacional de su propio medio.
- Que se adquieran competencias para la intervención profesional en los diferentes medios de comunicación, instituciones o proyectos comunicacionales de índole social.

CONTENIDOS:

Unidad I: Cultura y Comunicación.

Historicidad del concepto Cultura.

Panorama general de algunos aportes de la antropología a los estudios de la Cultura.

Distintas corrientes teóricas.

Problemáticas de la antropología: Diversidad cultural. Endoculturación. Etnocentrismo. Relativismo cultural.

Bibliografía:

Auyero, Javier y Bencecry, Claudio. "Cultura" en: Altamirano Carlos (director), *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós. 2002.

Cuché, Danys. *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Claves. Nueva Visión, 2004.

Harris, Marvin. *La naturaleza de la cultura*. Madrid: Alianza, 1998, pp. 165-180.

Lotman, Juri. *La semiótica de la cultura*. Madrid: Cátedra, 1979.

Marafioti, Roberto. *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Buenos Aires: Biblos, 2005.

Saintout, Florencia. *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. Universidad Nacional de la Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, 2003. Pp. 157-162.

Schroder, Gerhart y Breuninger, Helga (Comp.). *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica., 2001. Pp. 19-27.

Warley, Jorge. *La cultura. Versiones y definiciones*. Buenos Aires: Biblos, 2003. Pags. 11-84.

Williams, Raymond. *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Claves, 1976.

“Cultura” en: *Sociología de la cultura*. España: Paidós, 1994.

Unidad II: Cultura/ Comunicación: un todo integrado.

Introducción a la Comunicación. Tipología comunicacional.

Diferencias entre información y comunicación.

Espacio y Tiempo en la Comunicación.

La dimensión comunicacional de la Cultura y cultural de la Comunicación.

La Comunicación en la Cultura. La Cultura como Comunicación. La Comunicación entre Culturas.

Bibliografía:

Baylon y Mignot. “Qué es comunicar” en : *La comunicación*. Madrid: Cátedra, 1996.

Bougnoux, Daniel. *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Buenos Aires: Claves, 1999.

Eco, Umberto. *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen, 1991.

Ford, Aníbal. “Comunicación” en : Altamirano, Carlos (director) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

Fuentes Navarro, R. "Pensar la comunicación desde la cultura" en: *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina..* México: Falafacs, 1992.

Grimson, Alejandro. "Trampas de la comunicación y la cultura" en: *Revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social* Año I N° I. Universidad Nacional de La Plata: abril/mayo, 2002.

Lull, James. *Medios, comunicación, cultura. (Aproximación glogal)*. Buenos Aires: Amarrortu, 1997.

Marc, E y Picard, D. "Los modelos de la comunicación" en: *La interacción social. Cultura, Instituciones y Comunicación*. Barcelona: Paidós, 1992.

Martín Barbero, Jesús. *Procesos de comunicación y cultura. (itinerario para salir de la razón dualista)*. México: Gustavo Gilli, 1987.

Schmucler, Héctor. "Un proyecto de Comunicación/Cultura" en: *Comunicación y Cultura* N° 12, México: agosto de 1984. Pag. 38.

Vizer, Eduardo A. *La trama (in)visible de la vida social (comunicción, sentido y realidad)*. Buenos Aires: La Crujía, 1999.

Wolton, Dominique. *Pensar la comunicación*. Buenos Aires. Docencia. 2001.

Unidad III: La Cultura de los medios masivos.

Diversificación de los sistemas de mediaciones en la Cultura de Masas.

Empresa y Mercado. Los medios como tecnología e ideología.

Cultura Popular y Cultura de Masas.

Corrientes funcionalistas. Los efectos de los medios. Conductismo y Pragmatismo. Concepto de función. Efectos. Usos. Gratificaciones.

Teorías sobre el poder de los medios: Apocalípticos e Integrados. El concepto de industria cultural en el marco de la Escuela de Frankfurt.

Palabras clave: ideología, manipulación y alienación.

Los Estudios Culturales. La relectura de Gramsci. La Escuela de Birmingham. La recepción como constructora de sentido. Consentimiento y resistencia.

Particularidades de los enfoques latinoamericanos.

Palabras clave: hegemonía, alternativo, mediación y apropiación.

Bibliografía:

- Adorno, T y Horkheimer, M. “La industria cultural. El Iluminismo como mistificación de masas” en: *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sur, 1969. Pags. 146-200.
- Blanco, Alejandro. “Cultura de masas” en: Altamirano Carlos (Comp), *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 2004. Pags 42-44.
- Bourdieu, Pierre. *Cosas dichas*. Barcelona. Gedisa, 1996.
Sociología y cultura. México: Grijalbo, 1990.
Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama, 1997.
- Carlón, Mario. *Sobre lo televisivo. (dispositivos, discursos, sujetos)*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004.
- Charaudeau, Patrik. *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- Curran, James et. Al. *Estudios culturales y Comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós, 1987.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen-Tusquets, 2001.
- Ezemberguer, H. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama, 1984.
- Grandi, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosh, 1995.
- Hall, Stuart. *Teorías de la comunicación*. Buenos Aires: Fundación Hernandarias, 1994.
- Hoggart, Richard. *La cultura obrera en la sociedad de masas*. México: Grijalbo, 1990.
- Lasswell, Harold. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1986.
- Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones. Cultura, comunicación y hegemonía*. México: Gustavo Gili, 1987.
- Mattelart, M. “Educación, televisión y cultura masiva” en: *Comunicación y Cultura*. N° 12, agosto de 1984.

Monsivais, C. "El difícil matrimonio entre cultura y medios masivos" en: *Chasqui*, Revista de Literatura Hispanoamericana: Madison: University of Wisconsin, N° 22, Abril-junio, 1987.

Moragas, M de. (ed) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. 1986.

Muñoz, Blanca. *Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Barcelona: G.Gili, 1989.

Ortiz, Renato. "La Escuela de Frankfurt y la cuestión de la cultura" en: *Taquigrafiando lo social*. Buenos Aires. Siglo XXI, 2004.

Ritzer, G. *La Mcdonalización de la sociedad*. Buenos Aires: Ariel, 1999.

Saintout, Florencia. (Editora). "Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico". E/P/C. Educación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata, setiembre de 2003.

Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós, 2004.

Zubieta, Ana María y otros. *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. Buenos Aires: Paidós, 2000.

Unidad IV: Globalización, Identidad y Multiculturalismo.

De la comunicación territorial a la comunicación virtual.

De la comunicación de Estado a la comunicación de mercado.

De los Estados Nacionales a la Globalización.

Transformación de las relaciones entre tradición, modernismo cultural y modernización socioeconómica.

Repensar la noción de identidad desde la tensión global/local.

Destiempos latinoamericanos: multiculturalidad e hibridez de lo contemporáneo.

Bibliografía:

Bayardo, Rubens y Lacarrieu, Mónica, (comp). "Nuevas perspectivas sobre la cultura en la dinámica global/local" en: *La dinámica global /local. Cultura y Comunicación: nuevos desafíos*. Buenos Aires: La Crujía, 1999. Pags. 9-24.

Bourdieu, Pierre. "Alta costura y alta cultura" en: *Sociología de la cultura*. México: Grijalbo, 1990.

Cornejo Polar, Antonio. "Mestizaje e hibridez: los riesgos de las metáforas" en: *Rev. Iberoamericana*. Vol. LXIII N° 180. Julio-set., 1987.

Cuché, Denys. "Jerarquías sociales y jerarquías culturales" en: *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2002.

Frith, Simon. "Cultura popular" en Payne, Michael (Comp). *Diccionario de teoría crítica y estudios Culturales*. Buenos Aires: Paidós, 2002. Pags. 124-126.

García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo, 1995.

Culturas híbridas. México: Grijalbo, 1990.

La globalización imaginada. Buenos Aires: Paidós, 2004.

Guzmán, Aldo. *Comunicación y Cultura en la crisis de la modernidad*. Córdoba: Análisis, 2003.

Grimson, Alejandro. *Interculturalidad y Comunicación*. Buenos Aires: Norma, 2000.

Martín Barbero, Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación. Globalización y Multiculturalidad*. Pittsburg: Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana, Serie Nuevo Siglo, 2001.

"Culturas populares" en Altamirano Carlos (comp.) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 2002. Pags. 49-60.

De los medios a las mediaciones. Cultura. Comunicación y hegemonía. México: Gustavo Gili, 1987.

Ortiz, Renato. "Globalización-mundialización" en Altamirano, Carlos (Comp.) *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 2002. Pags. 105-111.

Mundialización y cultura. Buenos Aires: Alianza, 1996.

Piscitelli, Alejandro. *Meta-cultura (el eclipse de los medios masivos en la era de Internet)* Buenos Aires: La Crujía, 2002.

Said, Edward. "Cultura, identidad e historia" en: Schroder, G. y Breuninger, H. (Comps). *Teoría de la cultura. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2001.

Sarlo, Beatríz. *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Sudamericana, 1996.

“Lo popular como dimensión: tópica, retórica y problemática de la recepción” en *Comunicación y culturas populares en América Latina*. México: Gustavo Gili, 1987.

Schmucler, Héctor. “La política como mercado o la desventura de la ética” en: *Política y Comunicación*. Córdoba: Universidad de Córdoba, Catálogos, 1997.

Schmucler, H y Mata, María Cristina (coordinadores). *Memoria de la comunicación*. Buenos Aires: Biblos, 1997.

Verón, Eliseo y Escudero Chauvel, Lucrecia. *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa, 1999.

METODOLOGIA:

La metodología de trabajo estará centrada en la aplicación de técnicas y estrategias que posibiliten la participación activa de los alumnos mediante: talleres, mesas redondas, paneles, presentación de breves informes escritos u orales que serán analizados y debatidos en clase.

Los temas teóricos serán desarrollados con soportes audio-visuales, tales como esquemas, gráficos y mapas conceptuales, que faciliten la comprensión de un discurso tan abstracto como el de las teorías de la cultura y la comunicación.

Los encuentros prácticos tendrán la modalidad de taller y estarán proyectados como espacios donde los alumnos puedan expresar en forma oral y escrita los hallazgos y dificultades de sus propios procesos de lectura crítica.

Es importante destacar que los objetivos y consignas de trabajo estarán destinados a que los alumnos construyan sus propios saberes y no a la simple acumulación y retención automatizadas de datos y conceptos. En este sentido, se promoverán debates, discusiones y cuestionamientos que permitirán a los alumnos comparar y confrontar los postulados teóricos.

Las lecturas básicas y necesarias para cada clase se organizarán y distribuirán previamente. Las mismas se acompañarán con guías de lectura y propuestas para favorecer una mejor interpretación. Estos ejercicios asegurarán el éxito del trabajo posterior.

EVALUACIÓN:

La evaluación se ajusta a las disposiciones del Plan de la carrera: régimen de promoción directa con la aprobación y asistencia del 75% de los Trabajos Prácticos. Aprobación del 100% de los exámenes parciales con un mínimo de 6 (seis) puntos. Se realizarán dos parciales con derecho a recuperar uno. El segundo parcial será de carácter integral. Se exigirá como requisito para la promoción, un trabajo final de producción escrita referido a uno de los temas del Programa.

La regularidad se obtiene con un promedio no menor a 4(cuatro) en cada uno de los parciales.

Dictado de la materia: tres horas semanales.

