

Univ. Nacional de Tucumán  
Facultad de Filosofía y Letras

Año académico: 2005

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Asignatura: Cultura y Comunicación

Régimen: cuatrimestral (60 horas). Cuatro horas semanales

Constitución de la cátedra: profesora adjunta (interina) Lic. Clara Murga; auxiliares docentes: profesores Paula Storni, Fulvio Rivero y María Josefina Santillán.

### FUNDAMENTACION

Entender la comunicación como un objetivo a lograr –desde un punto de vista existencial y del conocimiento–, como un proceso que involucra todas las prácticas individuales y sociales es la clave de vida y de convivencia humanas en el comienzo de este tercer milenio en el que -tecnologías mediante- el contacto entre culturas pone en evidencia (más que nunca) la pluralidad de conflictos que se agitan a nivel micro y macrosocial.

En este contexto, proponemos reflexionar acerca de qué vivenciamos como "cultura" y cómo la "comunicamos" en un creciente proceso de "globalización" -en el cual se dan grandes paradojas y malentendidos-.

*"Lo primero que hay que aclarar, advierte Néstor García Canclini, es que la cultura no es únicamente el lugar en el que se sabe que dos más dos son cuatro. Es también la indecisa posición en la que se trata de imaginar qué se puede hacer con cantidades que no están demasiado claras, cuya potencia acumulativa y expresiva aún se busca descubrir. Un sector de la cultura produce (...) el saber que ha hecho posible entender 'lo real' con cierta objetividad, desarrollar tecnologías de comunicación globalizadas, medir los consumos de las industrias culturales y diseñar programas mediáticos que amplían el conocimiento masivo y crean consenso social. Otra parte de la cultura, desde la modernidad, se desarrolla en la medida en que se siente insatisfacción con el desorden y a veces con el orden del mundo: además de conocer y planificar, interesa transformar e innovar".*

La presente asignatura "Cultura y Comunicación" se plantea como una introducción en la cual, en primer lugar, proponemos –junto con el investigador Héctor Schmucler– reemplazar la cópula "y" que liga a las nociones de "cultura" y de "comunicación" por una barra ("comunicación/cultura") que *"acepta la distinción pero señala que son conceptos que no se pueden disociar. (...) La COMUNICACIÓN no es TODO, pero debe ser hablada desde todas partes. Es un objetivo a lograr; es un PROCESO. (...) La CULTURA es un mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales. (...) El proyecto COMUNICACIÓN/CULTURA es pues un nuevo espacio teórico, una nueva manera de entender y estimular prácticas sociales e individuales".*

A la reflexión sobre la noción de PROCESO respecto de los cambios que se registran en la vida de RELACION entre SUJETOS (cómo COMUNICAN sus costumbres, sus sentimientos, sus tradiciones, sus pensamientos, sus formas de organizarse y de expresar diferentes ideologías...), sumaremos una mirada analítica a la RELACION TECNICA entre SUJETO y OBJETO (herramientas tecnológicas), teniendo en cuenta siempre que los tiempos de la TECNICA y de la CULTURA son diferentes. Desde esta perspectiva, se considerarán los MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA entendidos como VINCULOS que nos permiten organizarnos como un "NOSOTROS" en diferentes ENTORNOS SOCIALES y TECNICOS en los cuales los SUJETOS son MEDIADORES.

## **OBJETIVOS**

- Que los alumnos tomen un contacto crítico con los conceptos centrales que se abordarán en esta asignatura referidos a nociones complejas como "cultura", "comunicación", "identidad" y "globalización".
- Que, a partir de la adquisición de información básica sobre los conceptos mencionados, sean capaces de analizar desde una nueva perspectiva los conflictos fundamentales que se plantean en su propia comunidad (más allá de los límites político geográficos tradicionales).
- Que puedan releer los discursos de los medios masivos (en particular, los de la prensa y los de la televisión por su alto nivel de penetración social) para proyectarse como "productores" de aquellos.

## **CONTENIDOS CONCEPTUALES**

### **Unidad I: Comunicación/Cultura como proceso**

#### **Introducción**

##### **(2 clases teóricas)**

Repensar la relación entre comunicación, información y cultura. Fenómenos comunicativos. Acción comunicativa: relaciones pragmática y técnica (mediología). Dimensiones de la comunicación. Cultura/Comunicación: noción de "proceso". Historicidad del concepto de cultura (desde la antropología y desde la sociología de la cultura). El mundo de lo escrito (grafosfera): cultura popular en la modernidad.

##### **(2 clases prácticas)**

**Conceptos clave:** cultura popular; hegemonía.

**Soporte:** de la prensa política al folletín (en el mundo y en Argentina).

### **Unidad II: Comunicación, un todo integrado**

##### **(2 clases teóricas)**

Principales teorías sobre los procesos comunicacionales: desde el "tubo shannoniano" y la "aguja hipodérmica" (modelo unidireccional) al modelo "orquestal". Paulatina diversificación de los sistemas de mediaciones en la cultura de masas. Industria cultural. Desplazamientos en la significación del concepto de receptor: "el mundo del éter" (audiosfera). Del telégrafo a la radio. Los mass media en América Latina.

##### **(2 clases prácticas)**

**Conceptos clave:** manipulación; alienación.

**Soporte:** el radioteatro en Argentina.

### **Unidad III: Consumo cultural: el poder de los públicos**

##### **(2 clases teóricas)**

¿Es ilimitado el poder de los medios masivos? Teoría de la interdependencia. Teorías de la recepción: el receptor-usuario. Públicos de los medios masivos. La empresa y la noción de mercado. El mundo de la imagen (videosfera): cine y televisión. La construcción del espectador y el "gusto popular" en el contexto de los Estudios Culturales.

**(2 clases prácticas)**

**Conceptos clave:** consumo cultural de las clases populares.

**Soportes:** Ficción televisiva: la telenovela como estilo contemporáneo del antiguo folletín. No ficción televisiva: de los noticieros al caso-espectáculo (Crónica TV y María Soledad Morales).

**Unidad IV: Teleciudadanos de las ciberculturas**

**(2 clases teóricas)**

Crisis de las ciencias sociales: las nuevas tecnologías nos interpelan. Transformación de las relaciones entre tradición, modernismo cultural y modernización socioeconómica. Hibridación (de las prácticas de lo culto, lo popular y lo masivo) y heterogeneidad en América Latina. Repensar la noción de identidad desde la tensión global/local. El mundo de la cibernética: de Internet al celular multimedia. Teleciudadanos de las ciberculturas.

**(2 clases prácticas)**

**Conceptos clave:** globalización, identidad joven y consumo.

**Soportes:** la comunicación multimedia: las “tribus” juveniles y los celulares.

**BIBLIOGRAFIA BASICA**

**ALTAMIRANO, Carlos y SARLO, Beatriz:** “Conceptos de sociología literaria”, CEAL, Buenos Aires, 1995.

**AUYERO, Javier y BENZECRY, Claudio:** “Cultura”, en: **ALTAMIRANO, Carlos** (director): “Términos críticos de sociología de la cultura”, Paidós, Buenos Aires, 1ª. Edición 2002.

**BOURDIEU, Pierre:**

“Cosas dichas”, Gedisa Editorial, Barcelona, 1996.

“Sobre la televisión”, Anagrama, Barcelona, 1997.

**BOUGNOUX, Daniel:** “**Introducción a las Ciencias de la Comunicación**”, Claves, Buenos Aires, 1999.

**CARLON, Mario:** “Sobre lo televisivo (dispositivos, discursos y sujetos)”, Nueva Visión Buenos Aires, Buenos Aires, 2004.

**CUCHE, Denys:** “La noción de la cultura en las ciencias sociales”, Nueva Visión Buenos Aires, Buenos Aires, 2004.

**CHARAUDEAU, Patrick:** “El discurso de la información”, Gedisa, 1ª edición, Barcelona, abril de 2003.

**DE FLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. :** “Teorías de la comunicación de masas”, Paidós, 1982.

**DURANDIN**, Guy: "La información, la desinformación y la realidad", Paidós Comunicación, Barcelona, 1982.

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

**FORD**, Aníbal: "*Comunicación*", en: "Términos críticos de sociología de la cultura", **Altamirano**, Carlos (director), Paidós, 1ª edición, Buenos Aires, 2002.

**GARCIA CANCLINI**, Néstor:

"La globalización imaginada", Paidós, 2004.

"Culturas híbridas (Estrategias para entrar y salir de la modernidad)", Grijalbo, México, 1990.

**GRIMSON**, Alejandro:

"Interculturalidad y comunicación", Norma, 2000.

"*La antropología y los estudios de comunicación*", en "Trampas de la comunicación y la cultura", revista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, La Plata, Abril/Mayo 2002, Año 1, N° 1.

**HARRIS**, Marvin: "Antropología Cultural. Introducción a la Antropología General", "*La naturaleza de la cultura*", Alianza, Madrid, 1998.

**LULL**, James: "Medios, comunicación, cultura (Aproximación global)", Amorrortu editores, Buenos Aires 1997.

**MARTIN BARBERO**, Jesús:

"De los medios a las mediaciones. Cultura, comunicación y hegemonía", G. Gili, México 1987.

"Procesos de comunicación y matrices de la cultura (Itinerario para salir de la razón dualista)". Ediciones G. Gili, México, 1987.

**PISCITELLI**, Alejandro: "Meta-cultura (El eclipse de los medios masivos en la era de internet)", La Crujía, Buenos Aires, 2002.

**RITZER**, George: "Teoría sociológica contemporánea", Mc Graw-Hill, Madrid, 1993.

**RIVERA**, Jorge B.: "El escritor y la industria cultural. El camino hacia la profesionalización (1810.1900)", En: "Historia de la literatura argentina" (Vol. 2), Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1980.

**ROMANO**, Eduardo: "La revolución en la lectura de masas", en: Suplemento Ñ, diario Clarín, Buenos Aires, Pág. 14, marzo 2005.

**SCHMUCLER**, Héctor: "**Memoria de la Comunicación**", Biblos, Buenos Aires, 1997. Ver: "¿La investigación (1982): un proyecto comunicación/cultura" (pgs. 145 a 151). Reproduce el artículo "Un proyecto de comunicación/cultura", en *Comunicación y Cultura*, 12, México, agosto de 1984.

**SAINTOUT**, Florencia (editora): "Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico". E/P/C Educación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, Set. de 2003.

**VERON**, Eliseo y **ESCUADERO CHAUVEL**, Lucrecia: "Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales", Gedisa, 1997.

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

**WILLIAMS**, Raymond: "Palabras Clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad", Claves Mayor, Buenos Aires, 1976.

"Sociología de la cultura", Paidós, Barcelona, 1981.

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

**ZUBIETA**, Ana María y otros: "Cultura popular y cultura de masas (Conceptos, recorridos y polémicas)", Paidós, 1ª edición, Buenos Aires, 2000.

#### CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

-Desarrollo de capacidades de lecto-comprensión de los textos propuestos por la cátedra para poder reflexionar y debatir los conceptos clave en cuestión. La evaluación, en este aspecto, será constante.

-Búsqueda de material bibliográfico y de todo tipo de fuentes informativas que sirvan para ampliar, fundamentar o rebatir aquellos conceptos (en este sentido, será importante su activa participación para enriquecer con ejemplos concretos los problemas y situaciones de la realidad actual que se analizarán en las clases).

-Puesta en relación de conceptos de diferentes textos y autores sobre un mismo tema.

#### CONTENIDOS ACTITUDINALES

-Fomentar una actitud reflexiva y crítica de pre-conceptos acerca de los contenidos clave propuestos en la asignatura.

-Incentivar la búsqueda de miradas diferentes sobre la realidad cotidiana circundante y el interés por indagar acerca de "realidades" -hasta hoy- sentidas como "ajenas".

-Propender al rigor y disciplina en las lecturas sugeridas por la cátedra.

#### METODOLOGIA

-En las clases teóricas se presentarán los conceptos básicos -siempre teniendo en cuenta lo exiguo de los tiempos de dictado total- de las tres unidades planteadas. Se subrayará la importancia de asistir a las clases para poder seguir el ritmo de dictado de la asignatura.

-En las clases prácticas se profundizarán algunos aspectos conceptuales esbozados en las teóricas y se propondrán ejercicios de búsqueda de material de ejemplificación concreta de aquellos. Se trabajará SIEMPRE con breves cuestionarios y guías de lectura que serán de cumplimiento obligatorio.

-En la Unidad III, referida a la "globalización", se pondrá énfasis en la mecánica de taller con una activa participación de los alumnos en la propuesta y el análisis de casos concretos de la realidad actual.

## EVALUACION y PROMOCION

-Cantidad de clases: 4 horas semanales (2 teóricas + 2 prácticas)

### 1. Régimen de promoción directa

Requisitos:

-Aprobación del 75% de los trabajos prácticos (uno por cada Unidad) y asistencia al 75% de las clases prácticas.

-Aprobación del 100% de los exámenes parciales con un mínimo de 6 (seis) puntos. Se realizarán dos parciales con derecho a recuperación de uno.

### 2. Regularización.

Requisitos:

-Aprobación del 75% de los trabajos prácticos (uno por cada Unidad) y asistencia al 75% de las clases prácticas. El alumno que no cumplimente estos requisitos deberá participar de un coloquio final.

-Aprobación del 100% de los exámenes parciales con un mínimo de 4 (cuatro) puntos. Se realizarán dos parciales con derecho a recuperación de uno.

-Examen final oral.

### 3. Libres

Los alumnos que no reúnan los requisitos para las categorías anteriores deberán rendir un examen final escrito y oral. Están comprendidos por la reglamentación general de la Facultad en este aspecto.