



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Martín, María Victoria

Mediaciones e identidades culturales



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Martin, M. V. (2011). *Mediaciones e identidades culturales. (Programa)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/5534>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>



Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular – Cursos Presenciales

Carrera:	Licenciatura en Comunicación
Año:	2011
Curso:	Mediaciones e identidades culturales
Profesor:	María Victoria Martin
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra-áulica
Horas de consulta extra clase:	Martes, 17 a 18 hs.
Créditos:	10
Núcleo al que pertenece:	básico- electivo
Tipo de Asignatura:	teórico- práctica

Presentación y Objetivos:

Objetivos:

- Que el alumno comprenda las relaciones entre mundialización, dinámica social e identidades culturales.
- Que el alumno acceda a perspectivas de análisis cultural
- Que el alumno interprete procesos contemporáneos a partir de la articulación de distintas dimensiones del análisis cultural/comunicacional
- Que el alumno discuta y genere conocimientos comunicacionales
- Que el alumno produzca artículos/ensayos académicos que den cuenta de procesos de investigación propios con vistas a su difusión en eventos académicos

Contenidos mínimos:

De los medios a las mediaciones. El lugar de las mediaciones y del consumo cultural en la sociedad actual. La cultura mediatizada. Los frentes culturales.

De la identidad y la cultura como esencia a la noción de constructos culturales. Desigualdad, diferencia y desconexión. Los cambios en las subjetividades.

Modernidad y posmodernidad. ¿Globalización o mundialización? Tensiones entre homogeneización/ diferenciación; lo masivo/ popular; lo universal / particular y lo nacional/ local. Multiculturalidad. La cultura mediática y las TICs como articuladores de sentidos sociales emergentes. El problema de la invisibilización/ visibilización pública.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad I: La articulación comunicación/cultura

De los medios a las mediaciones. El lugar de las mediaciones y del consumo cultural en la sociedad actual. La cultura mediatizada. Los frentes culturales. La dinámica cultural: dominante, residual y emergente.

Unidad II: El abordaje de las identidades desde la comunicación

La identidad como concepto. Identidad y cultura. La cultura como concepto. De la



Identidad y la cultura como esencia a la noción de constructos culturales.

Las identidades culturales. Desigualdad, diferencia y desconexión. Los cambios en las subjetividades.

Unidad III: Los nuevos mapas de producción de sentido

Modernidad y posmodernidad. ¿Globalización o mundialización? Tensiones entre homogeneización/ diferenciación; lo masivo/ popular; lo universal / particular y lo nacional/ local. Multiculturalidad. La cultura mediática y las TICs como articuladores de sentidos sociales emergentes.

Unidad IV: Las prácticas, actores y movimientos emergentes

El problema de la invisibilización/ visibilización pública. Mujeres, jóvenes, trabajadores, consumidores, ecologistas, marginales; la ciudad, los miedos, las nuevas ciudadanía, entre otros.

Unidad V: La investigación y redacción académica

Puntos a considerar para la redacción de un proyecto o propuesta de investigación. Antecedentes. Sugerencias de contenidos para la producción de abstracts y ponencias o artículos de comunicación. Las citas bibliográficas.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad I: La articulación comunicación/cultura

- Bauman, Zygmunt: "6. El descubrimiento de la cultura"; "7. La ideología, o la construcción del mundo de las ideas", "8. La caída del legislador" y "9. El ascenso del intérprete" en *Legisladores e intérpretes*, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, 2005.
- Bisbal, Marcelino: "De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis". En *Zer: Revista de estudios de comunicación*, Nº. 10, España, 2001
- Bustamante, Oscar: "El rol intelectual de los comunicadores y las nuevas agendas de la universidad". *Revista anthropol: Huellas del conocimiento*, Nº 219, España, 2008. Págs. 49-56
- Carbone, R. y Muraca, M. (comp.): *La sonrisa de mamá es como la de Perón*, UNGS-Imago Mundi, Buenos Aires, 2010.
- García Canclini, Néstor: *Cultura y comunicación: entre lo local y lo global*, Ed. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 1997. Cap. 1.
- González, Jorge: "La voluntad de tejer: análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro". En: *Razón y Palabra*, Nº 10, abril-junio, 1998.
- Orozco Gómez, Guillermo (coord.): *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América latina*. Buenos Aires, Norma, 2002.
- Schmucler, Héctor: "Un proyecto de comunicación/cultura", en *Memoria de la comunicación*. Biblos, Buenos Aires, 1997. (pp. 145-151)
- Scolari, Carlos: "Introducción: Des-haciendo teorías", en *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa, 2008. Págs. 21 a 68

Unidad II: El abordaje de las identidades desde la comunicación

- Gimenez, Gilberto: "Comunicación, cultura e identidad. Reflexiones epistemológicas", ponencia en: IV Coloquio Internacional de Cibercultur@ y Comunidades Emergentes de Conocimiento Local, San Luis Potosí, abril de 2009.
- Giménez, Gilberto: "La cultura como identidad y la identidad como cultura", 3er



- Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales, Guadalajara, 2005. En vinculacion.conaculta.gob.mx/capacitacioncultural/b_virtual/tercer/1.pdf
- Giménez, Gilberto: "La identidad social o el retorno del sujeto en sociología", Revista Versión, no.2, México UAM-X, 2002.
 - Reguillo Cruz, Rossana: "Acción comunicativa. Notas sobre la identidad/alteridad social", Lozano José Carlos (editor) *Anuario de Investigación de la Comunicación*. México, CONEICC. 1994. pp. 83-100.
 - Reguillo Cruz, Rossana: "Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios", *Día-logos de la Comunicación* (Número 59-60). Lima, FELAFACS. 2000.

Unidad III: Los nuevos mapas de producción de sentido

- Brunner, José Joaquín: "Modernidad y transformaciones culturales", *Diá-logos de la comunicación* No. 25, Lima, FELAFACS, 1989.
- García Canclini, Néstor: "La globalización en pedazos: integración y rupturas en la comunicación", en *Diálogos de la Comunicación* nro. 51, FELAFACS. Lima-Perú, 1998. págs. 9-24
- Martín- Barbero, Jesús: "Globalización comunicacional y descentramiento cultural", en revista *Diálogos de la Comunicación*, FELAFACS, 1997.
- Martín- Barbero, Jesús: "La comunicación en las transformaciones del campo cultural", en Revista *Alteridades* (3) 5, 1993.
- Martín- Barbero, Jesús: "La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana", en *Globalismo y Pluralismo*, Coloquio Internacional, Monreal, 2002.
- Martín-Barbero, Jesús: "Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonía" (págs. 84 a 114) y "Los métodos: de los medios a las mediaciones" (págs. 257 a 334), en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1998 (1ª edición de 1987).
- Martín M.V.: "Ejes para pensar las identidades en línea: el caso de la telefonía celular", *IV Congreso Online del Observatorio para la Cibersociedad*. España, noviembre de 2009.
- Martín M.V.: "Homo mobilis: acerca las mediaciones de la telefonía celular", Primer Encuentro de Juventud y Medios de Comunicación e Industrias Culturales, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP, octubre de 2009.
- Reguillo Cruz, Roxana: *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Norma, Buenos Aires, 2000.
- Sarlo, Beatriz: "Modernidad y después: la cultura en situación de hegemonía massmediática", en Revista *Alteridades* (3) 5, 1993.

Unidad IV: Las prácticas, actores y movimientos emergentes

- Balardini, Sergio Alejandro: "Jóvenes, tecnología, participación y consumo", *Documento del Proyecto Juventud*, Clacso. Mimeo. 2002.
- Feixa, Carles: "De cultura, subcultura y estilos". En *De Jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*, Editorial Ariel / Barcelona, España, 1999. Págs. 84-105
- Jelin, Elizabeth. "Los movimientos sociales y los actores culturales en el escenario regional. El caso del MERCOSUR", en *Síntesis*, Buenos Aires, Fuali, 2000, pp. 37-47.
- Lozano, Elizabeth: "La ciudad: ¿un mapa nocturno para la comunicación?". En: AAVV. *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Siglo del Hombre Editores, Colombia, 1988.
- Martín-Barbero, Jesús: "Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación". En *Rev. Nómadas*, N° 5, Santafé de Bogotá (Colombia), Univ. Central, 1997.
- Reguillo Cruz, Rossana: "Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros". En: Pereira G., José Miguel y Mirla Villadiego Prins —editores—. *Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanías*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2006.
- Sunkel, Guillermo: "Una mirada otra. La cultura desde el consumo", en Mato, Daniel



(coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, CLACSO, Caracas, 2002.

- Tenti Fanfani, Emilio: "Culturas juveniles y cultura escolar". En: *Revista Colombiana de Educación*, N° 40/41, Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá 2000, pp. 61-76.

- Wortman, Ana: "Aproximaciones conceptuales y empíricas para abordar identidades sociales juveniles y consumos culturales en la sociedad argentina del ajuste", Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Agosto de 2001.

Unidad V: La investigación y redacción académica

Sautú, Ruth y otros: *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, CLACSO, 2005.

De la Torre, C.: "Valoración del Texto", *Cómo entender y aplicar la metodología de la investigación*. Colección Textos de la Comunicación, Universidad de Los Andes, Venezuela, 2010. Pág. 56-59

Documento Metodológico Orientador para la Investigación Educativa. OEI y Ministerio de Educación de la Nación, 2008. "PARTE II. Capítulo III. La validación expositiva: formas de presentación de los resultados". Págs. 235-245

Bibliografía de consulta:

AAVV: *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero.*, Colombia, Siglo del Hombre Editores, 1998.

De la Torre, C.: "Valoración del Texto", *Cómo entender y aplicar la metodología de la investigación*. Colección Textos de la Comunicación, Universidad de Los Andes, Venezuela, 2010.

García Canclini, N.: *Cultura y Comunicación, entre lo global y lo local*. La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación Social, 1997.

García Canclini, Néstor (comp.): *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1995.

Lacarrière, Mónica y Álvarez, Marcelo: *La (indi)gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires, CICCUS- La Crujía, 2002.

Martín-Barbero, Jesús: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili, Barcelona, 1987.

Martín-Barbero, Jesús: *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica, Chile, 2002.

Mato, Daniel (coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, CLACSO, Caracas, 2002.

O' Sullivan, T. y otros: *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998?

Sodré Muniz: *Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos*. España; Gedisa, 1996.

Stevenson, Nick: *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Argentina, Amorrortu, 1995.

Williams, Raymond: *Marxismo y Literatura*. Barcelona, Península, 2ª edición en HCS, 2000.

Actas y ponencias de congresos de la Red de Investigadores en Comunicación, RED COM- Argentina y de de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

Modalidad de dictado:



En cada unidad, se trabajará en base a la lectura de algunos textos fundantes, para hacer hincapié en sus postulados centrales como clave de lectura para el análisis de situaciones concretas y actuales. El objetivo final consiste en generar una práctica investigativa acotada de manera relativamente autónoma por parte de presentada en las Jornadas de la Red de Investigadores en Comunicación (a realizarse en septiembre de este año en Universidad Nacional de Quilmes)

Se realizarán actividades como: guía de lectura, presentación de autores y textos, exposiciones orales, debates, role play y producciones escritas.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Las actividades extra- áulicas serán contempladas dentro de la calificación a asignar por trabajos prácticos. Sus objetivos principales serán fomentar la autonomía del alumno, sistematizar el abordaje de conceptos e ir redactando apartados del trabajo de integración final (mientras que en las instancias presenciales se fomentará el debate en torno a problemáticas generales).

Actividad	Objetivo
Indagación y presentación de biografías de cada uno de los autores que se aborden en clase	Situarlos contextualmente y ejercitar el trabajo con fuentes específicas del área
Cuestionarios de lectura y reseñas de textos	Abordar conceptos teóricos a retomar/discutir en la clase presencial
Sistematización de conceptos centrales en la materia, en mapas conceptuales (tarea grupal)	Organizar el material conceptual a tener en cuenta en el trabajo final Profundizar la discusión en torno a los mismos
Navegación por páginas de Internet, búsqueda de material presentado en Jornadas académicas anteriores	Delimitar el tema del trabajo final y conocer el estado del arte del mismo
Elaboración de síntesis esquemáticas de informes de investigación	Ejercitar y afianzar las estrategias de producción de escritos académicos
Redacción de abstracts	Ejercitar y afianzar las estrategias de producción de escritos académicos

Evaluación:

Para aprobar la asignatura, el alumno deberá contar con un mínimo de 75 por ciento de asistencia a las clases, la totalidad de los trabajos prácticos requeridos, y aprobar una producción final (que puede ser individual o en equipos de hasta 3 personas), consistente en la recuperación de las nociones vistas en una ponencia sobre una temática concreta.

El promedio mínimo de cada una de estas instancias (los trabajos prácticos, incluidas las actividades extra-áulicas; más la producción final), deberá ser de 7 puntos, con un mínimo de 6 (seis) puntos en cada una de ellas para la aprobación directa de la materia.

En caso de ser necesaria, como instancia de recuperación, se prevé solicitar al alumno, de manera individual, la producción de un ensayo breve en el que se recorra alguna o algunas de las nociones centrales de la materia que se considere no suficientes en su desempeño (cultura, comunicación, identidad, consumo cultural, etc.)



a partir de todos los autores vistos.

En caso que el alumno obtenga un mínimo de 4 puntos en cada instancia parcial de evaluación pero que no alcance el promedio 7 (siete) o que en alguna no alcance la calificación 6 (seis), se implementará el examen integrador, tal como lo establece la RESOLUCION (CS) N°: 04/08. Este examen se tomará dentro de los plazos del curso y la semana previa a la finalización del cuatrimestre.

Firma y Aclaración

M. VICTORIA MARÍA