



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROGRAMAS**

Diploma y/o Carrera: Licenciatura en Comunicación Social

Año: 2008

Curso: (1) Comunicación y sociedad del espectáculo: consumos culturales y actores sociales

Profesor: (2) Matías Bruera

Carga horaria semanal: 5 horas

Créditos: (3) 10

Núcleo al que pertenece: (4) Área Comunicación y Cultura

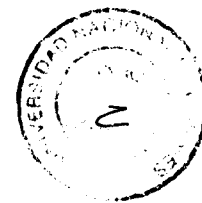
Tipo de asignatura: (5) Teórico-Práctica

Objetivos: (6) La asignatura tiene por objetivo que el estudiante pueda conocer y reflexionar acerca de la interacción entre los procesos culturales y materiales –políticos, económicos y sociales- en la actual sociedad del espectáculo y la comunicación global.

La cultura común –esencia definidora de una nación- y la alta cultura – el cultivo del espíritu- son dos acepciones que desde los planteos románticos del siglo XVIII siguen presentes entre nosotros y no se han saldado a pesar de la conformación de las sociedades de la comunicación generalizada.

El mundo contemporáneo registra una intersección entre procesos de diseño, construcción de sentido y flujos de economías simbólicas. En la idea de que la sociedad misma es en cierto sentido posindustrial está implícito un argumento sobre la prioridad del consumo como determinante de la vida cotidiana. Los bienes materiales, en tanto significantes del gusto y el estilo de vida, se consumen más como comunicadores que como bienes de uso.

El presente curso permitirá introducirse en la problemática de los procesos comunicacionales en las sociedades de posconsumo y las dicotomías de lo “alto” y lo “bajo” así como de la “vida cotidiana” y la “cultura”.



Contenidos temáticos:

1.- Cultura, comunicación y globalización

Relación entre cultura y globalización, masa y comunicación. El mundo como referencia del saber. La sociedad global y los discursos de las ciencias sociales. Modernidad, estado-nación y globalización. Información, masa y energía. Cultura de mercado y cultura erudita. Multitud y noción híbrida de "cultura de masa". Identidades nacionales y colectivos internacionales. Homogenización, mundialización, sociedad civil mundial y desterritorialización.

2.- Cultura, comunicación y recepción

Producción de sentido: teorías de la cultura y prácticas comunicacionales. Fenómenos comunicativos y realidad multimedial. Recuperación de la figura del receptor frente a las categorías tradicionales de "obra" y "autor". Recepción e identidades culturales. Estética de producción, de representación tradicional y estética de la recepción y del efecto. Categoría de género y horizonte de expectativas. Concepto de concretización y carácter cambiante de las necesidades expresivas de las sociedades.

3.- Cultura, comunicación y consumo

Sociedad de productores y sociedad de consumidores. Industria cultural y cultura industrial. Contracción de lo real y expansión de lo imaginario. Experiencia subjetiva e imperativos culturales objetivos. Publicidad global, moda, filmes, programas de televisión. Objetos-signos: productos entendidos como memoria colectiva mundial y no como imposiciones exógenas. Cultura somática, individuos como valor de cambio y generadores de demanda.

4.- Cultura, comunicación y sociedad del espectáculo

Noción de espectáculo en las sociedades contemporáneas. Modernidad urbana, unidad e identidad de las masas e imposición de modelos culturales y funcionales a escala global. Disposición de lo verosímil, regulación de la circulación del cuerpo y de las ideas. Representación tecnoestética del mundo. Guy Debord y su crítica a la emergente sociedad espectacular: regulación del tiempo, de la historia, de las mercancías, del territorio y de la felicidad. Poder espectacular concentrado, difuso e integrado.



Bibliografía obligatoria: (7)

1.- Cultura, comunicación y globalización

- Ortíz, Renato, *Otro territorio*, Bs. As., UNQ, 1996.
- Williams, R., "Cultura y tecnología" en *La política del modernismo*, Bs. As. Manantial, 1997.
- Enzensberger, H., *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Anagrama, 1984.
- De Certeau, M., *La cultura en plural*, Bs. As., Manantial, 1999.
- Hall, S. y otros, *Culture, Society and The Media*, Londres, Hutchinson, 1982.

2.- Cultura, comunicación y recepción

- Jauss, Hans R., *Experiencia estética y hermenéutica literaria*, Madrid, Taurus, 1992.
- Derrida, J., *De la gramatología*, México, Siglo XXI, 1971.
- Eco, U., *Los límites de la interpretación*, Barcelona, Lumen, 1992.
- Gadamer, H.-G., *Verdad y método*, Salamanca, Sígueme, 1977.
- Orozco, Guillermo, *Recepción y mediaciones*, Bs. As., Norma, 2002.

3.- Cultura, comunicación y consumo

- García Canclini, N., "Culturas populares, culturas híbridas, culturas de consumo", Entrevista en *Causas y azares*, año II, Nro. 2, otoño de 1995.
- Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, Bs. As., FCE, 2007
- Bourdieu, P., *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1990.
- Barthes, R., *Mitologías*, México, Siglo XXI, 1991.
- Featherstone, Mike, *Cultura de consumo y posmodernismo*, Bs. As., Amorrortu, 2000.

4.- Cultura, comunicación y sociedad del espectáculo

- McLuhan, Marshall, *El medio es el mensaje*, Barcelona, Paidós, 1992.
- Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Bs. As., La Marca, 1995.
- Debord, Guy, *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*, Barcelona, Anagrama, 1999.
- Baudrillard, Jean, *La ilusión y la desilusión estéticas*, Caracas, 1998.
- Sennett, R., *El declive del hombre público*, Barcelona, Península, 2002.

Bibliografía de consulta: (7)

1.- Cultura, comunicación y globalización

- Baudrillard, Jean, *La guerra del golfo no ha tenido lugar*, Anagrama, Barcelona, España, 1991.



- Mattelart, A. "Lo que está en juego en la globalización de las redes", en Ramonet, I. (ed.) *Internet el mundo que llega*. Alianza. Madrid, 1998, pp. 19- 31.
- McLuhan, Marshall y Powers, Bruce R., *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*, Planeta-Agostini, Barcelona, 1994.
- Virilio, P. *El arte del motor*, Bs. As., Manantial, 1996.
- Vattimo, G., *La sociedad transparente*, Barcelona, Paidós, 1990.

2.- Cultura, comunicación y recepción

- Calvino, I. *Si una noche de invierno un viajero*, Madrid, Siruela, 1979.
- Darnton, Robert, *El coloquio de los lectores. Ensayos sobre autores, manuscritos, editores y lectores*, México, FCE, 2003.
- Eco, Umberto. "El lector modelo", en *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Lumen, 1993, pp. 73-95.
- Fish, Stanley, *Is there a Text in this class?*, Cambridge, Massachusetts y Londres, Harvard University Press, 1982.
- Gadamer, H.-G., *Arte y verdad de la palabra*, Barcelona, Paidós, 1998.

3.- Cultura, comunicación y consumo

- Baudrillard, J., *Crítica de la economía política del signo*, México, Siglo XXI, 1987.
- Gruenter, Rainer, *Sobre la miseria de lo bello*, Barcelona, Gedisa, 1992.
- Huyssen, A., *Después de la gran división*, Bs.As., Adriana Hidalgo, 2002.
- Esposito, R., *Bíos. Biopolítica y filosofía*, Bs. As., Amorrortu, 2006.
- Goffman, E., *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Bs. As., Amorrortu, 1989.
- Bauman, Zigmund, *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- Canetti, Elias, *Masa y poder*, Madrid, Alianza / Muchnik, 2005.
- Ibañez, Jesús, *Por una sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Siglo XXI, 2002.

4.- Cultura, comunicación y sociedad del espectáculo

- Elias, Norbert, *El proceso de la civilización*, México, FCE, 1994.
- Vattimo, G., "El olvido imposible" en *Usos del olvido*, Bs. As., Nueva Visión, 1989.
- Jameson, Frederic, "Utopía de la postmodernidad" en *Revista Confines*, Bs. As., 1995.
- Del Barco, Oscar, "La ilusión postmoderna" en *El abandono de las palabras*, Córdoba, UNC, 1994.



Modalidad de dictado: (8) Presencial

Evaluación: (9) El cursado de la asignatura contendrá a lo largo del cuatrimestre un parcial y un trabajo final como exámenes de calificación. Ambos se aprobarán con 6 (seis) puntos o más logrando, a partir del rendimiento, la dedicación y la participación del estudiante durante el cursado de la asignatura y según sus diversos trabajos prácticos y exposición de variados textos, un promedio mínimo de 7 (siete) puntos. Aquellos alumnos que aprueben los parciales con menos de 6 (seis) puntos y un mínimo de 4 (cuatro) puntos deberán rendir y aprobar un examen integrador dentro de los plazos del desarrollo del curso. Aquellos alumnos que obtengan un mínimo de 4 (cuatro) puntos en las instancias calificadorias y no hayan aprobado el examen integrador, tienen la posibilidad de rendir otro examen integrador dentro del cuatrimestre inmediato posterior al de la cursada y antes de la fecha del cierre de las actas. Quien obtenga en los parciales entre 0 (cero) y 3 (tres) puntos reprobará la materia.