

PROGRAMA

ASIGNATURA: Comunicación, cultura y sociedad

CURSO: 5to Co

CICLO LECTIVO: 2022

PROFESOR/A: Lic. Prof. Esteban Valesi

CONTENIDOS:

Unidad 1. Comunicación y otredad: de los códigos a las culturas. La comunicación y el problema del “Otro”, por Álvarez Terán. Comunicación: signos, códigos y culturas. Diferencias en los códigos culturales. Características de los códigos. Códigos de comportamiento y códigos de significación. Kinésica, proxémica y paralingüística. De los códigos a las culturas. Análisis de los códigos en el cuento “Historia del guerrero y de la cautiva” de Jorge Luis Borges. El concepto antropológico de “cultura”. Origen y etimología. Objeto de estudio. El colonialismo. La etnografía. La antropología en la actualidad. Etnocentrismo y relativismo cultural. Diversidad cultural. Definiciones básicas: etnocentrismo, pluralismo y relativismo cultural. Los problemas del etnocentrismo. Los problemas del “relativismo ético”. “La revolución cultural del siglo XX”, por Eric Hobsbawn.

Unidad 2. Comunicación, identidad nacional y consumo. La identidad cultural: los otros y nosotros. La construcción de la identidad. Análisis de casos: la identidad de 2 nietos recuperados. Identidad y nación. Análisis de caso: publicidad y clichés sobre las naciones. Las naciones como “comunidades imaginadas”. La identidad cultural de los argentinos. La identidad argentina y el “cabecita negra”. Una cultura “mestiza”. Conceptos de “raza” y “civilización occidental”. Análisis: “Cabecita negra”, por Germán Rozenmacher. (cuento). Racismo, xenofobia y aporofobia. Disputas simbólicas: la identidad villera. Cultura, identidad y globalización. Análisis de caso: los “mapuches punk”. Globalización e identidad. Consumo, comunicación e identidad. Consumidores y ciudadanos, por Néstor García Canlini. El consumo como significante. Del consumidor al ciudadano.

Unidad 3. Comunicación, economía y política. El rol social de los medios. Cultura mediática. ¿A qué llamamos realidad? La agenda. El Imperio de los Medios, por Ignacio Ramonet. “El quinto poder”, por Ignacio Ramonet. ¿Qué son los “medios de comunicación de masas” o “mass media”? “Sesgos” y “filtros” mediáticos. Fake News. Análisis de casos: fake news. Tipos de desinformación. Fake news y posverdad. La posverdad, según Dario Sztajnszrajber. Autorregulación y control. El concepto de “operación de prensa”. Las industrias culturales. Productores culturales y poder. ¿Función comercial, función social o ambas? Propiedad de los medios y libertad de prensa. Importancia de estudiar los medios de comunicación. La propiedad de los medios. Investigación: multimedios globales. Análisis de casos: La pelea por el cuádruple play en Argentina. Poder económico y poder informativo. Los multimedios: convergencia y concentración. Cantidad de medios no es igual a pluralidad de voces. Historia de la concentración en América Latina. Bienes culturales y economías “de escala”. Pluralidad y políticas públicas. La concentración en América Latina. Ejemplos de concentración en América Latina. Medios “hegemónicos” y medios “alternativos”. Historia del diario: de la imprenta a las gacetas. La prensa política francesa y la prensa comercial americana (siglo XVIII-XIX).

Unidad 4. Leyes y reglamentaciones sobre la comunicación, los medios y el periodismo. Tipos de marcos legales que afectan a los medios. De la Libertad de Prensa la Derecho a la Información. El informe McBride y el NOMIC. La censura. Análisis de caso: Papel Prensa. Análisis de casos: censuras a Schiele, León Ferrari, “la virgen del pañuelo” y “La última tentación de Cristo” de Scorsese. Censuras directas e indirectas. Libertad de prensa y Derecho a la Información. Políticas de comunicación en la Argentina. Libertad de prensa y de expresión en la Constitución. Derogación del delito de calumnias e injurias. La noción de “violencia simbólica” en la Ley de protección de las mujeres. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA). Constitucionalidad de la ley. Críticas a la Ley: diversidad de medios o medios en diversidad.