



## DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

### CARRERA: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**Programa de la Asignatura:** Cultura Popular e Industria Cultural

**Código asignatura:** 2773

**Año:** 2025

**Cátedra:**

Prof. Adjunto a cargo Lic. Federico Arzeno

**Carga Horaria:** 4 horas semanales de cursado cuatrimestral.

**Modalidad de Cursada (Marque con una cruz)<sup>1</sup>:**

A) Presencial	<input checked="" type="checkbox"/>	Comisión	3300 (miércoles, de 08 a 12 hs.)
B1) Semipresencial	<input checked="" type="checkbox"/>	Comisión	3900 (miércoles, de 19 a 23 hs.)
B2) Semipresencial	<input type="checkbox"/>	Comisión	
C) Recursantes	<input type="checkbox"/>	Comisión	
D) Educación a distancia	<input type="checkbox"/>	Comisión	
H) Híbrida	<input type="checkbox"/>	Comisión	

**1) Fundamentación:**

Durante y después de la epidemia mundial de COVID19 se produjo una aceleración del crecimiento y la concentración de las Industrias Culturales bajo la forma de la *digitalización de la economía* y del *capitalismo de plataformas* en todas sus variantes de streaming, logística, comercialización y vinculación. Desde su origen en

---

<sup>1</sup> En todos los casos, las asignaturas pueden ser A) Presencial o B) Semipresencial. Adicionalmente, en algunos casos, puede ofrecerse una comisión Virtual para recursantes (C) o una virtual abierta a todas/os las/los estudiantes.

el siglo XIX y XX, las Industrias culturales siempre han tenido un peso significativo tanto en las economías de los países, como en la vida y los imaginarios de las personas, pero hoy en día nos encontramos con relaciones de fuerza inéditas en el que las industrias culturales están siendo reconfiguradas por el impacto de las plataformas móviles y sus aplicaciones que otorgan a un usuario *dominante* la capacidad de tener acceso directo no solo a los contenidos sino a la posibilidad de *hacer cosas con esos contenidos*. Lo cual redefine las ideas de creación, gestión y distribución centralizada y consumo meramente *contemplativo* de los productos culturales que teníamos hasta hace unos pocos años.

En este modelo de *economía de la atención* y sus formas de gestión algorítmica de la Big Data bajo los protocolos de la inteligencia Artificial, las conductas de sociabilidad *online* de los usuarios se convierten vertiginosamente en un insumo monetizable y en una fuente privilegiada de construcción de perfiles de consumidor y de anticipación de conductas. Y esto sucede no solo en el ámbito laboral: la vida personal y vincular en su puesta en escena virtual se transforma en una mercancía cuya materia son los datos que los mismos usuarios aportan constantemente en sus interacciones, independientemente de la voluntad de hacerlo o no, y hasta la misma lucha política o las imágenes que circulan de las guerras contemporáneas se despliegan enmarcadas o silenciadas por los algoritmos. Esta *plataformización* abre la puerta a problemas muy espinosos: las formas de censura y vigilancia estatal, las *fake news*, los límites de los derechos civiles y el derecho a la privacidad digital, o la manipulación por parte de las empresas de esa información en términos electorales.

Sin embargo, y siguiendo a Michel Foucault, “donde hay poder hay resistencias”: esta economía de la *atención* es resistida o amplificada, reproducida o consensuada en distintas mediatizaciones de lo que estudiaremos como *cultura popular: ese campo de batalla constante entre la cultura dominante y la cultura subalterna que define* Stuart Hall a partir de la obra de Antonio Gramsci. Es por eso que la materia propone un recorrido histórico y teórico por los principales autores y teorías que han problematizado ese objeto de estudio denominado “cultura popular”, de manera que al finalizar la cursada, el alumno cuente con una “caja de herramientas” que le permita realizar análisis propios y originales de problemas actuales que tematizan el cruce de lo popular, la industria cultural y la economía de plataformas móviles, como así

también diseñar herramientas comunicacionales que le permitan intervenir, mapear y finalmente trabajar en esta economía digital contemporánea.

Este recorrido atraviesa ciertos clásicos de la literatura sociológica europea como Antonio Gramsci, Stuart Hall o Pierre Bourdieu como así también los trabajos fundadores en el campo de autores argentinos y latinoamericanos, como Aníbal Ford, Jorge Rivera, Eduardo Romano, Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero o autores contemporáneos como Alejandro Grimson, Sayak Valencia, Silvia Federici o Mark Fisher.

El programa también aborda las reflexiones y debates históricos que en Argentina se han dado en torno a la definición del pueblo como sujeto de la soberanía, y a lo popular, como atributo o calificativo tan inefable como inasible, algo que resulta necesario para pensar en la reactualización del conflicto político que signa los imaginarios y las representaciones sobre lo nacional-popular, en una coyuntura de rearticulación del neoliberalismo con los regímenes democráticos.

## **2) Objetivos Estructurales**

Identificar y diagnosticar las nuevas relaciones de fuerza entre las industrias culturales, la *economía de plataformas* y sus mediaciones con el campo de la cultura popular, y generar herramientas comunicacionales en sintonía con las aplicaciones posibles que requiere el perfil laboral de un egresado inmerso en la digitalización de la economía contemporánea.

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

### **Objetivo General:**

Identificar y desarrollar los alcances y la importancia teórico-práctica de los conceptos de *cultura, cultura popular e industrias culturales o industrias de la creatividad*.

Trazar y valorar los recorridos teórico-políticos que permiten discutir y problematizar las hibridaciones de lo culto, lo popular y lo masivo en su articulación con la digitalización de la *economía* y el capitalismo de plataformas.

Analizar y diagnosticar relaciones de fuerza contemporáneas entre la cultura popular, la política, el nuevo ecosistema global digital y la explotación algorítmica de la Big Data bajo la forma de una economía de la *atención* de los usuarios.

### **Objetivos Específicos:**

Producir y demostrar en un trabajo práctico grupal las formas de conversión en mercancía de los fenómenos populares y explicar su articulación con la economía de plataformas, la explotación de la Big Data y la economía de la *atención*.

Diseñar y componer herramientas conceptuales y de análisis discursivo para el abordaje del análisis de los fenómenos dialécticos entre lo popular y las industrias culturales y relacionarlos, en su complejo espesor histórico, con toda la aplicación posible que el amplio campo laboral del perfil del egresado requiere.

Realizar prácticas de escritura académica al acercarse a los objetos de estudio que puedan ser retomadas en el trabajo de tesis.

### **3) Unidades Didácticas**

#### Unidad I

El concepto de cultura. Alcances. Análisis de las implicancias. Cultura como arte. Cultura culta, masiva, popular. La definición antropológica y semiológica. Orientaciones y corrientes. La industria cultural: conceptos y alcances. Reconfiguración e impacto de las industrias culturales ante el ecosistema móvil y la economía de plataformas. Los casos de las aplicaciones y la concentración del streaming.

#### Unidad II

Descubrir, deconstruir o reconstruir lo popular. Los aportes de la historia social y las nociones sobre lo popular. La cultura popular en la edad media y el renacimiento según Mijail Bajtín y Carlo Ginzburg. La gran caza de brujas en Europa según Silvia Federici.

Antonio Gramsci y los conceptos clave para pensar la cultura: la hegemonía y la literatura popular.

### Unidad III

Sociologías europeas de la cultura; Los estudios culturales británicos y la tradición anglosajona: Raymond Williams; Pierre Bourdieu y el campo cultural. ¿Cómo funciona el mercado lingüístico en las formas de socialización digital?

### Unidad IV

Estudios Culturales en Latinoamérica: análisis de casos que cruzan la cultura popular con las formas de subjetivación en el *realismo capitalista* y su impacto sobre las identidades: el "capitalismo gore". Articulaciones entre política y redes sociales. Nuevas formas de neofascismos democráticos. La teoría del capital humano de la Escuela de Chicago y su impacto en la cultura popular.

### Unidad V

Realismo Capitalista y deseo poscapitalista en Mark Fisher.

Formas y ejemplos de escritura académica que busquen aportar herramientas para la realización del trabajo final o de la tesina. Exposiciones grupales.

#### 4) Bibliografía General

AGUADO TERRÓN, J. M, FEIJÓO GONZÁLEZ, Claudio y MARTÍNEZ, I. (2022). “El impacto del ecosistema móvil en las industrias culturales”, en *Revista Telos Nro. 99*.

Disponible digitalmente en <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero099/el-impacto-del-ecosistema-movil-en-las-industrias-culturales/?output=pdf>

AA.VV, Ravinovich, Luciana (Comp.) (2022): *Neofascismo. ¿Cómo surgió la extrema derecha global (y ¿cuáles pueden ser sus consecuencias?)*, Buenos Aires: Capital Intelectual.

ADORNO, Theodor W. y Horkheimer, Max. (1988) *Dialéctica del Iluminismo*, Buenos Aires, Sudamericana., (Edición original 1947).

ASPÍLLAGA, A. (2014) “Industrias culturales, creativas y de contenido”. En Revista Consensus Nro 19, Perú. Disponible digitalmente en [https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias\\_Culturales\\_Creativas\\_y\\_de\\_Co ntenidos\\_-\\_Ana\\_Mar%C3%ADa\\_Aspillaga.pdf](https://oibc.oei.es/uploads/attachments/69/Industrias_Culturales_Creativas_y_de_Co ntenidos_-_Ana_Mar%C3%ADa_Aspillaga.pdf)

ADORNO, T. (2008). *Estudios sobre la personalidad autoritaria*. En T. Adorno, Escritos sociológicos II (Vol. I). Madrid: Akal.

ALTAMIRANO, Carlos (dir) (2002) *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Paidós.

ARBUET OSUNA, C; Cáceres Sforza (2019). ¿Microfascismos? Sexualidades, fake news y nuevas derechas (Trump-Bolsonaro). Revisata Sociedad. UBA. Buenos Aires; Año: 2019 p. 114 – 126. ISSN: 2618-3137.

ARZENO, F. (2023) “Neofascismos democráticos en la era del realismo capitalista”, en D’ODORICO, Gabriela (Comp.) *El Sueño de lo Real*. Buenos Aires, Teseo.

BAJTIN, M (1987) *La cultura popular en la Edad media y el Renacimiento*. Alianza, Madrid.

BENJAMIN, Walter (1982) *Discursos interrumpidos*, Madrid, Taurus.

BERARDI, F. (2019). *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires: Caja Negra Ediciones.

BERARDI, F. (2021). *La segunda venida. Neorreaccionarios, guerra civil global y el día después del Apocalipsis*. Buenos Aires: Caja Negra Ediciones.

BOURDIEU, Pierre (1990) *Sociología y Cultura*, México. Grijalbo,.

CAMBIASSO, Norberto y Griego y Bavio, Alfredo (1999) *Días felices. Los usos del orden: de la Escuela de Chicago al funcionalismo*. Buenos Aires, Eudeba.

De Fleur, M.L y Ball-Rokeach, S.J. (1972) *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires Paidós.

BRIONES, Claudia (2002). “Mestizaje y blanqueamiento como coordenadas de la aboriginalidad y Nación en Argentina”. RUNA XXIII. Instituto de Ciencias Antropológicas: Buenos Aires. Pp. 61-88. ISSN: 0325-1217.

CALVO, E. (2015). *Anatomía política de Twitter en Argentina*. Buenos Aires: Capital Intelectual.



Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Buenos Aires: Siglo XXI.

DA EMPOLI, G. (2019). *Los ingenieros del caos*. San Pablo: Vestigio.

EAGLETON, Terry. (2003) *Ideología*. Madrid: Península.

FEDERICI, S. (2010). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpos y acumulación originaria*. Buenos Aires, Traficante de sueños.

FEINMANN, José Pablo (2012) "Racionalidad e irracionalidad en Facundo" en *Filosofía y Nación*, Buenos Aires, Seix Barral.

FISHER, M. (2016). *Realismo capitalista: ¿no hay alternativa?*. Buenos Aires, Caja Negra.

FISHER, M. (2024) *Deseo postcapitalista. Las últimas clases*. Buenos Aires, Caja Negra.

FLICHY, Patrice (1993): *Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada*. México: Gustavo Gili.

FORD, Aníbal., Jorge B. Rivera, y Eduardo Romano (1985) *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires: Legasa.

FORD, Aníbal (1994): *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires, Amorrortu.

FORD, Aníbal (1999) *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires: Norma

GALZERANO, F. (2023) "La interpelación de las derechas en la impotenciatardo-capitalista. Redes sociales digitales en las tramas del biopoder". Congreso Latinoamericano de Teoría Social, Valparaíso, Chile. Revista Diferencias. Disponible

en línea: <https://diferencias.com.ar/congreso/ICLTS2015/wp/index.php/eje-culturas-comunicacion-y-tecnologias/>

GARCÍA CANCLINI, Néstor. (1995) *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México. Grijalbo.

GRAMSCI, A. (1972). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión.

GRIMSON, Alejandro. *Mitomanías Argentinas. Cómo hablamos de nosotros mismos*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2013.

GINZBURG, C. (1997). *El queso y los gusanos*. Madrid, Atajos.

HERNÁNDEZ ARREGUI, Juan José. *Imperialismo y cultura*. Buenos Aires: Ediciones Continente, 2005. (Capítulos V, VI y VII)

HOGGART, Richard (1990) *La cultura obrera en la sociedad de masas*, México, Grijalbo

JAY, Martin (1991) *La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt*, Madrid, Taurus.

MALESEVIK, Sinisa (2020). *El auge de la brutalidad organizada. Una sociología histórica de la violencia*. Valencia: Universitat de Valencia.

MAGNANI, Esteban (2020) "Acumulación por despojo 2.0. Nuevas formas de cercamiento de bienes comunes intangibles por medio de plataformas digitales", en Murillo, S. y Seoane, J. (comp.) *La potencia de la vida frente a la gestión de muerte. El proyecto civilizatorio neoliberal y las resistencias*. Buenos Aires: Ed. Batalla de Ideas.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gili, 1987.

MARTÍN BARBERO, Jesús y de la Roche F (eds), (1998) *Cultura, medios y sociedad*. Bogotá, Ces- Universidad Nacional de Colombia.

MARTÍN BARBERO, Jesús y Rey, Germán (1999) *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa.

MATTELART, Armand (1991) *La communication-monde. Histoire des idées et des strategies*, París:Ládecouverte.

MATTELART, Armand y Mattelart, Michèle (1997)*Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós Comunicación.

MAZZIOTTI, Nora (1996) "Telenovelas latinoamericanas" en *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires, Paidós

MAZZIOTTI, Nora (2002) "La fuerza de la emoción. La telenovela: negocio, audiencias, historias". Conferencia leída en el seminario internacional sobre telenovela, "La internacionalización de la telenovela" organizado por la ECA (Escola de Comunicacoes y Artes) y NPTN (Núcleo de Pesquisa de telenovela, de la USP (Universidad de Sao Paulo), Brasil.

MORAGAS SPÀ, Miquel de. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Gustavo Gili, -(ed.) (1985) *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*, Barcelona, Gustavo Gili,.

MORENO, Oscar (2011) *Arte e industrias culturales*. AA.VV, Buenos Aires, Universidad de tres de Febrero,

MORLEY, David (1996) *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales* Buenos Aires, Amorrortu,.

OESTERHELD, Hector Germán (1991) *El Eternauta*, Biblioteca de clásicos Argentinos, Clarín.

O' SULLIVAN, Tim *et als.* (1997) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu.

RANCIERE, Jaques (2007). *El odio a la democracia*. Buenos Aires: Amorrortu.

RIVERA, Jorge B., *La investigación en comunicación social en Argentina*. Buenos Aires, Puntosur, 1987.

SADIN, E. (2018). *La humanidad aumentada. La administración digital del mundo*. Buenos Aires. Caja negra.

SAYAK VALENCIA, Margarita (2010) *Capitalismo gore*, Madrid, Melusina.

SCALABRINI ORTIZ, Raúl (1937) *Política británica en el Río de la Plata*, Biblioteca Clásicos Argentinos, Clarín.

SILVERSTONE, Roger (1996) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu.

STEFANONI, Pablo. (2021). *¿La rebeldía se volvió de derecha?* Buenos Aires. Siglo XXI editores

STEFANONI, P. (2021). *Disfraces para la reacción*. Le Monde Diplomatique. Edición 261. Marzo 2021.

SONTAG, Susan (2003). *Ante el dolor de los demás*. Buenos Aires: Alfaguara.

SRNICEK, Nick (2022) *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.

Todorov, Tzvetan (2012): *Los enemigos íntimos de la democracia*. Buenos Aires: Galaxia Gutenberg.

WILLIAMS, Raymond (1980) *Marxismo y Literatura*, Barcelona, Península.

Winkin, Yves (sel) (1984) *La nueva comunicación*, Barcelona, Kairós,

ZIZEK, Slavoj (1998) "Multiculturalismo o la lógica cultural del capitalismo multinacional" en *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*, Buenos Aires, Paidós

ZIZEK,S. (Comp) (2015). *Ideología. Un mapa de la cuestión*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

## 5) Cronograma de Actividades

CLASE N°	<b>PRIMER CUATRIMESTRE 2024</b>
1	Presentación de la materia. El concepto de cultura como objeto de los debates políticos e históricos. Lineamientos para la preparación de los trabajos prácticos finales grupales.
2	El concepto de cultura. Alcances. Análisis de las implicancias. Cultura como arte. Cultura culta, masiva, popular. La definición antropológica y semiológica. Orientaciones y corrientes. Clase teórico-práctica. Discusión grupal sobre avances y dificultades del proceso de preparación de los trabajos prácticos
3	La industria cultural: conceptos y alcances. Digitalización de la economía, economía de plataformas y explotación algorítmica de la Big Data. El impacto del ecosistema móvil sobre las industrias culturales en la actualidad.
4	Descubrir, deconstruir o reconstruir lo popular. Los aportes de la historia social y las nociones sobre lo popular. Antonio

	Gramsci, análisis de la literatura popular y el concepto clave de la hegemonía para pensar la dialéctica cultura popular/cultura dominante. Clase teórico-práctica Discusión grupal sobre avances y dificultades del proceso de preparación de los trabajos prácticos
5	La cultura popular en la edad media y el renacimiento según Mijail Bajtín y Carlo Ginzburg. La gran caza de brujas en la Europa medieval según Silvia Federici.
6	Sociologías europeas de la cultura; Los estudios culturales británicos y la tradición anglosajona: Raymond Williams; El “significante flotante” y la concepción de lo popular como un campo de batalla constante en Stuart Hall. Discusión grupal sobre avances y dificultades del proceso de preparación de los trabajos prácticos.
7	Pierre Bourdieu y el campo cultural. Los conceptos de habitus, campo, capital y violencia simbólica. ¿Cómo funciona el mercado lingüístico en las formas de socialización digital?
8	Repaso general unidades I, II y III. Clase teórico-práctica Discusión grupal sobre avances y dificultades del proceso de preparación de los trabajos prácticos. Consultas preparcial mediante plataforma MIEL.
9	Primer parcial (PRESENCIAL)
10	Breve introducción a los estudios latinoamericanos en comunicación y cultura. Los aportes de Anibal Ford, Eduardo Romano, Jorge Rivera y Jesús Martín Barbero. Perspectivas latinoamericanas actuales. Miradas contemporáneas sobre el capitalismo en crisis y su impacto sobre las identidades: el "capitalismo gore" en Sayak Viola. La guerra como producción semiótica e histórica en Eduardo Gruner.
11	El "retorno del determinismo biológico" en la era neoliberal y su articulación con los medios de comunicación y la cultura popular. La teoría del “Capital Humano” en la Escuela de Chicago según Michel Foucault. Clase teórico-práctica: presentación de avances finales de preparación de los trabajos prácticos.
12	Neofascismos democráticos en la era del realismo capitalista. La

	interpelación de las derechas en la impotencia tardo-capitalista. Redes sociales digitales en las tramas del biopoder
13	El <i>Realismo Capitalista</i> y el deseo postcapitalista en Mark Fisher. ¿Hay esperanza?
14	Exposiciones grupales audiovisuales y entrega individual de un breve ensayo académico que analiza el objeto de estudio a partir de dos conceptos unidades IV y V.
15	Exposiciones grupales audiovisuales y entrega individual de un breve ensayo académico que analiza el objeto de estudio a partir de dos conceptos unidades IV y V. Cierre de la materia.

## 6) Modalidades de orientación en el proceso de aprendizaje

El proceso de orientación de aprendizaje apunta a promover la discusión argumentativa, crítica y académica, por lo cual es imprescindible que la dinámica de las clases incluya, además de una clase teórica a cargo de los docentes de la materia, una discusión grupal a cargo de los alumnos junto a una lectura regular e impostergable de los textos, una búsqueda exhaustiva de índices y problemáticas contemporáneas ligadas a las industrias culturales y la exposición grupal de un trabajo práctico que debe incluir gráficos, cuadros ilustrativos, curvas de audiencias, presentaciones de powerpoint, o cualquier otro recurso que el alumno considere necesario. Esta dinámica apunta a reproducir la lógica de exposición de una ponencia académica y a que el alumno practique la oralidad y la preparación de un tema o problema para ser presentado ante un auditorio con competencias académicas. Estando esta materia ubicada en la fase final de la Licenciatura, consideramos muy importante que el alumno se transforme en un activo productor del conocimiento, y para lograr este objetivo, la experiencia de preparar una clase resulta de vital importancia.

La modalidad de trabajo que la asignatura contempla, esta constituida por una clase teórica de dos horas acerca del contexto histórico y del marco teórico que rodea a los textos de lectura obligatoria que el alumno deberá traer leídos para cada clase. El teórico apunta a recuperar cuestiones periféricas (no por eso menos importantes) a los textos obligatorios que no necesariamente se encuentran en los mismos. De esta forma el alumno podrá realizar un máximo aprovechamiento del texto elegido para cada clase.

La clase práctica siempre será a continuación de la clase teórica con una duración de dos horas, en las que los alumnos, habiendo incorporado los puntos vistos en el teórico, apliquen una mirada crítica sobre el texto y expongan los puntos de interés o de dificultad. La esencia de esta clase práctica tiene que estar constituida por la discusión crítica y académica hacia el interior de la clase, para que esto sea posible es imprescindible que el alumno traiga el texto obligatorio leído.

#### **6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas**

La cursada de la materia durante el año 2024 se desarrolla, para el primer cuatrimestre de forma presencial en el turno matutino y virtual en el turno vespertino, invirtiendo las modalidades de cursada para cada turno en el segundo cuatrimestre; pero las dos modalidades contemplan la articulación con la plataforma MIEL y TEAMS. Además de la cursada tradicional en sus formas de lectura previa de la bibliografía, exposición teórica y formas de evaluación, la totalidad de los alumnos de la materia en sus dos modalidades, deben contestar una pregunta semanal sobre los temas en curso y dejar su respuesta en los foros de MIEL, lo cual facilita su identificación, seguimiento, y fidelización a la cursada. Esta metodología enriquece y vuelve notablemente efectivo el vínculo alumno profesor. En términos de estrategia pedagógica permite un marco de contención para los alumnos que cuentan con múltiples canales de consulta, no solo el espacio de la clase. Asimismo, para los profesores, permite identificar rápidamente los problemas individuales durante las primeras semanas de clase para poder intervenir efectivamente, reforzar el vínculo de acompañamiento del alumno y evitar posibles abandonos de la cursada de la materia.

#### **6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales**



En las dos modalidades, presencial y virtual, las clases cuentan con una lectura previa de bibliografía por parte de los alumnos, una exposición teórica por parte de los profesores a cargo para pasar a un debate grupal sobre los nudos del texto o las dudas que queden en el alumnado. Todo este debate se sostiene con ejemplos y aplicaciones de los conceptos del autor a los que se puede acceder a través de las plataformas MIEL y TEAMS, a los que todos los alumnos deberán acceder posteriormente a la clase.

### **6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales**

En el caso de la cursada presencial, toda la dinámica de aprendizaje y evaluación se da en el marco de la clase *in situ* en la Universidad, pero los alumnos deben realizar una tarea semanal en el Miel para facilitar su seguimiento e identificación, y visitar y conocer los contenidos audiovisuales y documentos que la Cátedra subirá semanalmente a las plataformas disponibles.

En el caso de la cursada virtual, toda la dinámica de la clase se realiza a través de las plataformas Miel y TEAMS, primero a través de clases sincrónicas en TEAMS, participación en los foros y luego con tres evaluaciones presenciales *in situ* en la Universidad en días y horarios prefijados.

### **6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas**

Además de la interacción clásica de lectura previa de la bibliografía, exposición teórica de los profesores, debates y dudas en grupo y evaluaciones, los alumnos deberán desarrollar al final de la cursada un breve ensayo individual sobre las temáticas estudiadas y un trabajo de investigación grupal sobre problemáticas novedosas de la articulación entre la cultura popular y las industrias culturales, problemáticas que a partir de la omnipresencia del streaming audiovisual y de la universalización de las comunicaciones punto a punto de las redes sociales desbordan el campo de la comunicación y la cultura como lo conocíamos hasta los primeros años del siglo XX.

## **6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades**

Los alumnos son acompañados y evaluados clase por clase, a través de preguntas y debates sobre la bibliografía de cada unidad. Pero además deberán contestar una pregunta por semana cuya respuesta deben volcar en el MIEL. Esto permite un acompañamiento y una individuación muy efectiva al momento de detectar problemas durante la cursada o posibilidades de abandono de la materia. Luego las evaluaciones nodales son dos: la primera es un examen presencial clásico para las dos formas de cursado. Y la segunda consta de exposiciones grupales audiovisuales junto a la entrega individual de un breve ensayo académico que analiza el objeto de estudio de la exposición a partir de dos conceptos de las unidades IV y V.

## **7) Gestión de Cátedra**

Está prevista una reunión de cátedra al inicio y finalización de cada cuatrimestre y una reunión de cátedra la semana siguiente a la corrección de cada parcial.

Por otro lado, la comunicación entre el equipo y las necesidades de los alumnos se mantiene diariamente a través de la Plataforma MIEL y consultas personales luego de finalizada la clase diaria.

## **8) Evaluaciones**

Se realizarán dos evaluaciones parciales y un recuperatorio. Se evaluará la lectura crítica, la participación en clase y el compromiso con el debate. Las evaluaciones tiene las siguientes características:

- 1) Examen parcial presencial escrito acerca de los contenidos teóricos de las unidades I, II y III de la materia.

2) Exposiciones grupales audiovisuales y entrega individual de un breve ensayo académico que analiza el objeto de estudio a partir de dos conceptos de las unidades IV y V.

### **9) Régimen de Promoción**

Según lo establecido en la Resolución H.C.S N° 026/01 y resolución H.C.S N° 067/04:

- 75% de asistencia a la cursada.
- Aprobación de dos parciales y su correspondiente recuperatorio (conforme a lo que hayan expresado en el ítem 8)
- La nota del recuperatorio es excluyente
- Quienes aprobaron las instancias con 7 (siete) o más puntos promoverán la materia sin examen final.
- Quienes aprobaron alguna/s de las instancias entre 4 (cuatro) y 6 (seis) rendirán examen final.
- En caso de que alguna de las instancias estuviera aplazada, el alumno deberá recursar la materia.