

Medios de comunicación, cultura y poder

- Sting y Rapni

Clase 3: 23 de septiembre de 2003

Avisos / Repaso

- CI-H
- Globalización
- Teoría de la cultura
- Trabajo de campo / etnografía
- Medios de comunicación, cultura y poder

Cómo estudiar la cultura

- Trabajo de campo
 - Observación participante
 - Lenguaje
- Etnografía
 - El punto de vista del “nativo”
 - En sus propios términos

Se empieza por meterse de lleno en la tarea

Paradoja de la aldea global

- Conciencia global
- Pero la conexión con los problemas resulta confusa
 - ¿Cómo lograr que se produzcan cambios?
 - ¿Qué pacto diabólico es necesario alcanzar con respecto a la publicidad?

La película japonesa “Go” analiza el racismo de coreanos y japoneses y el poder de la cultura juvenil

“activistas de lo imaginario” (Marcus)

- se persiguen las metas tradicionales de cambios sociales generalizados mediante una política basada en la identidad y la representación
- proyectos emancipadores ... se plantean cuestiones sobre ciudadanía y sobre la configuración de las esferas públicas (*MW*, pág. 8)

Sting y el pueblo Kayapo

Meg McLagan habla sobre el Tibet

- Procesos opuestos y a veces complementarios:
 - mercantilización (o "comodificación")
 - politización

Camiseta de FreeTibet.org

Movimientos interculturales en los medios de comunicación de masas

- "Cosificación" de la cultura tibetana
- Personajes famosos
 - Richard Gere
 - Dalai Lama
- Imágenes y espectáculo = elementos esenciales de la legitimidad en política (pág. 91)

R. Gere y el Dalai Lama
en www.amis-tibet.lu

La diferencia cultural: un actor inestable

- McLagan: la diferencia cultural realiza "una labor de nuevo cuño" en la creación de formas alternativas de publicidad y de subjetividad política dentro de los contextos del activismo y de los medios de comunicación en los Estados Unidos. (pág. 93)

Beastie Boys/Conferencia sobre el Tibet