

CURRAN, James; MORLEY, David; Walkerdine, Valerie (comps.)

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica

a. Del libro reseñado

Curran, James; Morley, David; Walkerdine, Valerie (comp.) Estudios Culturales y Comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo, 1ª Edición, Paidós, Barcelona, 1998, 548 páginas. Traducción de Ester Poblete y Jordi Palou.

b. De la edición original

Curran, James; Morley, David; Walkerdine, Valerie (comp.) Cultural Studies and Communications, Arnold, Londres, 1996.

c. De la primera edición en español.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Hermenéutica

b. Fuentes históricas: Sociología crítica-cultural

c. Comunicología: Difusión

d. Macro-objeto: Cultura

e. Objeto específico: Medios de difusión

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal: Fuera Dentro.

b. Época: Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región: Europa.

4. Contenido de la obra

a. Género: Reader

b. Índice de la obra

Colaboradores, 9

Agradecimientos, 11

Introducción general, 13

PRIMERA PARTE. TEORÍA CULTURAL

Introducción, 23

1. Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas, *Stuart Hall*, 27

2. Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad, *Paul Gilroy*, 63
3. El posmodernismo: una guía básica, *David Morley*, 85
4. El objeto imposible: hacia una sociología de lo sublime, *Dick Hebdige*, 109
5. Sujeto a cambio sin previo aviso: la psicología, la posmodernidad y lo popular, *Valerie Walkerdine*, 153
6. Repensar la comunicación de masas, *James Curran*, 187

SEGUNDA PARTE. PRODUCCIÓN CULTURAL

Introducción, 257

7. *More!:* nuevas sexualidades en las revistas para chicas y mujeres, *Angela McRobbie*, 263
8. Repensar la música popular después del rock y el soul, *David Hesmondhalgh*, 297
9. Aproximación al nuevo Hollywood, *Ivonne Tasker*, 323
10. Feminismo, tecnología y representación, *Sarah Kember*, 347

TERCERA PARTE. CONSUMO Y ANÁLISIS CULTURAL

Introducción, 377

11. El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación, *James Curran*, 383
12. Populismo, revisionismo y los “nuevos” estudios de audiencia, *David Morley*, 417
13.
 - a. Debate mediático: una réplica, *James Curran*,
 - b. Debate mediático: interpretando las interpretaciones de las interpretaciones..., *David Morley*, 447
14. Feminismo y consumo mediático, *Christine Geraghty*, 455
15. La cultura popular y la erotización de las niñas, *Valerie Walkerdine*, 481
16. Etnografía, antropología y estudios culturales: vínculos y conexiones, *Gareth Stanton*, 497

Índice analítico y de nombres

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice

Este libro está formado por una introducción general y dieciséis capítulos organizados en tres grandes partes. La primera constituye la parte más teórica; en ella se revisan algunos de los conceptos claves de la teoría cultural, como son la ideología, la cultura popular y el posmodernismo, entre otros. El debate se ubica en la emergencia y consolidación de la escuela de los *Cultural Studies* británicos. La segunda parte está formada por capítulos de corte empírico, resultantes de estudios de caso sobre temas varios, como la música popular, la sexualidad, el cine y la tecnología. Estos capítulos son ejemplos claros del tipo de investigación que se realiza desde los Estudios Culturales. La tercera y última parte retoma el debate de corte más teórico, pero ahora ubicando la reflexión en la relación entre los Estudios Culturales y los estudios sobre comunicación. En ella se incluyen también capítulos de estudios de caso, sobre

temas como el feminismo, los estudios de audiencia, la cultura popular y la etnografía.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

La tercera parte es la de mayor importancia, pues en ella se exponen directamente las múltiples relaciones –tanto teóricas como de investigación– entre los Estudios Culturales y la investigación en comunicación. El debate entre James Curran y David Morley es especialmente interesante, ya que pone énfasis en los múltiples enfoques que se adoptan en los estudios sobre comunicación, específicamente en lo que concierne a las audiencias de los medios.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

Este libro es importante para el enfoque cultural de la comunicación, fundamentalmente porque asienta el debate en torno a las múltiples conexiones que existen entre la escuela de los Estudios Culturales y los estudios sobre comunicación, especialmente sobre medios de comunicación. Lejos de ser un texto comunicológico, la obra aborda y expone objetos de estudio y debates teóricos en torno a la siempre compleja relación entre comunicación y cultura. Sus aportaciones están enfocadas, sobre todo, a la dimensión de la difusión, ya que son los medios el principal eje de los debates. En definitiva, esta obra es un *reader* importante para todos aquellos interesados en el diálogo que se ha establecido entre los Estudios Culturales –específicamente británicos– y las Ciencias de la Comunicación.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo)

Esta obra es más importante para el campo académico de la comunicación en Europa que en América Latina. El motivo es claro: los autores son clásicos de los Estudios Culturales británicos, y como tales, se han hecho con un lugar importante en el debate de la ciencia social en Europa, específicamente en la Antropología, la Sociología y la Comunicación. En México, la obra más conocida de uno de los autores del libro, James Curran, es *Sociedad y comunicación de masas*, publicada en 1981 por el Fondo de Cultura Económica.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor

James Curran y David Morley son conocidos por sus aportaciones a los estudios de comunicación desde el enfoque de los Estudios Culturales. La mayoría de sus obras están orientadas al debate y reflexión, así como al estudio de caso, sobre audiencia y recepción. En esta obra, los autores compilan artículos relacionados con el ámbito más teórico y conceptual de los *Cultural Studies*, y a la vez, otorgan un lugar a textos de trabajos empíricos sobre la relación entre cultura y comunicación en sus múltiples vertientes. La obra más conocida de Morley es *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales* (1996, Amorrortu, Buenos Aires), y de Curran, *Sociedad y Comunicación de Masas* (1981, Fondo de Cultura Económica, México), entre otras. Ambos autores han publicado numerosos artículos en revistas académicas,

fundamentalmente europeas, haciendo relevantes aportaciones sobre todo al ámbito de los estudios de recepción.