Título:

Autor:

Precio: $549.00

Editorial:

Año: 2002

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 8449311802

En este libro, el multiculturalismo y la crítica del eurocentrismo son dos conceptos inseparables, pues relaciona dos temas que a menudo se relegan a ámbitos reservados a los especialistas: por un lado, los debates referentes a las políticas de identidad y raza; por otro, los debates sobre el discurso (pos)colonial y el nacionalismo en el Tercer Mundo. Stam y Shohat sitúan la cultura popular en el centro mismo de estos debates posmodernos y señalan que los medios de comunicación desempeñan un papel importantísimo a la hora de modelar las comunidades y determinar la pertenencia a un grupo.

Éste es el primer estudio detallado de un nuevo campo de investigación que los autores denominan "estudios multiculturales de los medios de comunicación", lo cual hace que esta obra sea una lectura fundamental para los estudiosos de los medios. El libro establece un modelo teórico para analizar tanto los productos de Hollywood y de los medios de comunicación de masas (los musicales, los westerns, las películas imperiales, las noticias de televisión) como productos culturales alternativos (películas comerciales de cierto alcance crítico, el "Tercer Cine", los vídeos de rap, los medios de comunicación "diaspóricos" e "indígenas"). Los autores también mantienen que un replanteamiento de la enseñanza de la comunicación puede contribuir a establecer y fortalecer paradigmas alternativos de la conciencia histórica.

El libro abarca una gran variedad de disciplinas (literatura, cine, antropología, cultura popular, etc.) y sitúa los estudios culturales en un marco multicultural al explorar asuntos como los debates contemporáneos sobre Colón, las aporías del análisis de estereotipos, las contradicciones que se hallan en la hibridación poscolonial o las actitudes del espectador. Según Stam y Shohat, todas estas cuestiones no son más que las manifestaciones superficiales de un cambio más profundo: la lucha por descolonizar la cultura global.