



Universidad
Nacional
de Córdoba

ffyh
Facultad de Filosofía
y Humanidades | UNC

Secretaría de
Posgrado



Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Filosofía y Humanidades

Espacio curricular: Culturas juveniles. Sujetos e identidades.

Año lectivo: 2025

Cantidad de horas del espacio:
25 hs.

Código del espacio:

Ubicación en el plan de estudios

Plan de Estudios Aprobado

RHCD 426/16 (Especialización)

RHCD 427/16 (Maestría)

Resolución Ministerial:

RESOL-2018-1388-APN-ME

RESOL-2019-1242-APN-MECCYT

Docentes:

Prof. Dr. Claudio Fernando Díaz

Profesor y Licenciado en Letras Modernas. Magister en Sociosemiótica. Doctor en Letras. Profesor Titular de Sociología del Discurso, del profesorado y la licenciatura en Letras de la FFYH, de la UNC. Dirige desde hace más de diez dirige el equipo de investigación *Músicas, Discurso y Sociedad* especializado en el estudio interdisciplinario de las músicas populares.

Prof. Lic. María de los Milagros Ferreyra

Licenciada y Profesora en Letras Modernas y Técnica Instrumental en Corrección Literaria por la Universidad Nacional de Córdoba. Docente de nivel secundario. Investiga desde hace más de 10 años en los distintos proyectos del equipo, radicado en el CIFFyH. En ese marco, ha desarrollado su tesina de licenciatura y está realizando actualmente un doctorado en Letras, con Beca de SECyT. Su investigación se centra en los consumos culturales juveniles y su potencialidad pedagógica en el aula.

I. Fundamentación:

En los últimos años son cada vez más frecuentes los debates acerca de las características de la llamada “cultura juvenil” y las modificaciones en los programas de estudio que esas características estarían exigiendo, junto a otras políticas públicas a desarrollar por el estado. Al mismo tiempo, hay coincidencia en que fenómenos tales como los consumos culturales, los usos del cuerpo, los rituales de

socialización y, en la actualidad, el uso de las redes sociales, ocupan un lugar central dentro del imaginario de este sujeto social. Los consumos musicales, en particular, tienen la capacidad de articular una variedad de formas culturales. Ahora bien, cada una de esas formas culturales ha desarrollado un lenguaje propio, que se ha construido a lo largo de una historia y está, por lo tanto, cargado de sentido. Sin embargo, alrededor de las culturas juveniles siguen existiendo muchos prejuicios, por lo que son sistemáticamente deslegitimadas y generalmente excluidas de la escuela. Afortunadamente está empezando a haber una producción teóricamente fundada acerca de las culturas juveniles. El presente seminario se basa en una hipótesis fuerte: el conocimiento de las culturas juveniles, de sus lenguajes específicos y de sus universos de sentido puede ser un camino muy fecundo, que abra puertas para la enseñanza de la lengua y la literatura. Pero ese camino parte de una ampliación del concepto escolar de lo estético, que tan poco interés suele despertar en nuestros adolescentes.

II. Objetivos

- Plantear un enfoque teórico que permita construir la “cultura juvenil” como objeto de estudio.
- Analizar algunas de las zonas de mayor densidad simbólica en la producción y consumo de la cultura juvenil.
- Reflexionar sobre las vinculaciones de la problemática de las culturas juveniles con la enseñanza de la literatura

III. Contenidos

Unidad 1:

- a) La noción de juventud. Dificultades y alcances. Diferentes enfoques. Comienzos históricos de la juventud como actor social. Emergencia de la juventud y disputas por el sentido. Factores de diferenciación: generaciones y clases de edad. Clases sociales, etnia, género.
- b) Condiciones de existencia de las juventudes contemporáneas. Mercado laboral posibilidades educativas y fragmentación social. Consumo, mandatos sociales y entornos digitales.

Unidad 2:

- a) La noción de cultura. Cultura, hegemonía y luchas simbólicas. Condiciones materiales, experiencia y elaboraciones culturales.
- b) Culturas juveniles y sociología de las identidades. Consumo/producción cultural y narrativas identitarias. Identidades y legitimidad. Identidades, subjetividad y personalización digital: la autenticidad y la originalidad como mandatos.
- c) Culturas juveniles y consumos culturales en la Córdoba contemporánea. Resultados de encuestas recientes.

Unidad 3:

Análisis de casos.

- a) Identidades juveniles on line: la labor estética y el diseño de sí en videojuegos de chicas.
- b) “Voy a volver con el oro en el cuello”: discursos identitarios y narrativas de éxito en canciones de Yami Safdie/L-Gante, Emilia Mernes y Rosalía.
- c) “Soy de tierra santa”: enlace folk e identidad nacional en Trueno, Cazzu y Milo J.

IV. Recursos

Bibliografía obligatoria

Unidad 1

a)

Balardini, Sergio (2000) “De los jóvenes, la juventud, y las políticas de la juventud”. Última década, N° 13, CIDPA, Viña del mar, septiembre de 2000. PP. 11-24

Berga, Anna (2015) “Los estudios sobre juventud y perspectiva de género” En *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD*, N° 110, Diciembre 15.

Margulis, Mario (Ed) (1996) *La juventud es más que una palabra. Ensayos sobre cultura y juventud*. Ed. Biblos, Buenos Aires. Cap. 1.

Martín Criado, Enrique (1998) *Producir la juventud. Crítica de la sociología de la juventud*. Editorial Istmo, Madrid. Primera parte, Cap. 3.

b)

Saraví, Gonzalo (2015) *Juventudes fragmentadas. Socialización, clase y cultura en la construcción de la desigualdad*. México, FLACSO/CIESAS. Cap. 1 y 4.

Queijo, V., Rodríguez Chatruc, M. y Sotto, B. (2024) *Juventud desigual. Un reto para el desarrollo del Cono Sur*. Publicación del BID. Capítulos 1,2 y 3.

Vommaro, P. (31 de octubre de 2023). “Muy hablados, poco escuchados”. Revista Anfibia. <https://www.revistaanfibia.com/muy-hablados-poco-escuchados/>

Semán, P. y Welschinger, N. (2023) “Juventudes mejoristas y el mileísmo de masas. Por qué el libertarismo las convoca y ellas responden”. En Semán, P (Coord.) *Está entre nosotros. ¿De dónde sale y hasta dónde puede llegar la extrema derecha que no vimos venir?* Siglo XXI, Buenos Aires.

Unidad 2

a)

Williams, R. (2015) *Sociología de la cultura*. Buenos Aires, Paidós. Cap. 1.

Bourdieu, P. (2003) *Creencia artística y bienes simbólicos. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires, Córdoba, Aurelia Rivera. pp. 85 a 155.

b)

Kaliman, R. (2013) *Sociología de las identidades. Conceptos para el estudio de la reproducción y la transformación cultural*. Villa María, EDUVIM. Parte 3.

Rodríguez-Groba, A; Bernárdez-Gómez, A, Dussel, I (2024) “De las celebrities al Instagram personal: alineaciones y desacoples entre la cultura influencer y las prácticas digitales en la adolescencia”. En Gewerc, A. y Dussel, I. (eds.) *Juventud, identidad de género y poder en las plataformas digitales*. Octaedro. Barcelona.

Bauman, Z. (2000) *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa. Cap.1 y 2.

Martuccelli, D. (2011) *Cambio de rumbo. La sociedad a escala del individuo*. Caracas: LOM. Cap. 6.

Berti, A. (2022) *Nanofundios. Crítica de la cultura algorítmica*. Córdoba, Editorial UNC. Cap. 0.

c)

Ferreya, M. (2025). *Encuesta de consumos culturales juveniles en Córdoba capital*. Resultados preliminares.

Gómez Ponce, A.; Bruera, R. y Rojo, M. C. (comps.) (2024). *Encuesta DoctaPop. Relevamiento sobre cultura popular y masiva en la población estudiantil de la Universidad Nacional de Córdoba*. Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Ciencias Sociales.

Unidad 3:

Timossi, G. (2025). “Entre filtros y avatares: la labor estética y el diseño de sí en videojuegos de chicas” En *I Jornadas de Intercambio entre Equipos de Investigación. Fanáticxs, críticxs y estudiosxs. Abordajes posibles sobre la cultura popular*. Córdoba, Fac. De ciencias Sociales y FFyH, UNC. Mayo de 2025.

V. Metodología/actividades

El presente curso se desarrollará de manera presencial.

Los encuentros se desarrollarán los días viernes 29 de 9 a 20 h y sábado 30 de 9 a 16 h.

En cada encuentro se desarrollarán las temáticas planteadas a través de actividades prácticas y discusión teórica.

VI. Evaluación

La evaluación final tendrá la forma de un paper académico, según pautas que serán entregadas durante el curso.