

## ÍNDICE GENERAL

**Prólogo** 5 *por Manuel Bernal Rodríguez*

### **Frentes Culturales: para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas** 11

- Hegemonía y Frentes Culturales: coincidencias y divergencias 13
  - Frentes Culturales: las formaciones elementalmente humanas en juego 14
  - Reflexividad y orden centralizado 18
  - Identidad(es): siempre dialógica y por tanto en plural 18
  - Identidades confrontadas: campos y redes ideológicas 20
  - Fronteras y arenas: un concepto abierto 24
  - Frentes culturales: discusión y propuesta 28
- Frentes culturales y niveles de análisis: sub-procesos, procesos y meta-procesos 28
  - Frentes Culturales: estrategias metodológicas para su construcción 30
    - La mirada estructural 30
    - La mirada histórica 33
    - La mirada situacional 37
    - La mirada simbólica 41
- Conclusión. Frentes culturales, reflexividad y «empoderamiento» 48
- Bibliografía 51 *por Jorge A. González*

### **La agenda de los Estudios Culturales en comunicación. Cartografiar el cambio social** 53

- La política de la producción del conocimiento de la Cultura Popular 54
- Subjetividad, textualidad y experiencia 64
- Posmodernidad y Comunicación 67
- Articulación, contexto y teoría 70
- Política e identidad cultural 72
- Bibliografía 77 *por Francisco Sierra Caballero*

### **La Cultura Popular en la Prensa de la Alta Edad Moderna** 81

- Bibliografía 98 *por Carmen Espejo Cala*

## **La divulgación etnográfica a través del Periodismo de Viajes 99**

- El etnógrafo viajero 99
- El periodista viajero 102
- Periodismo de viajes y divulgación 103
- La venta de lo exótico 105
- La alteridad: entre lo exótico y la catástrofe 107
- La defensa de la diversidad cultural: un objetivo común 108
- Bibliografía 110 *por Mariano Belenguer Jané*

## **La prensa francesa decimonónica, difusora de la imagen romántica de Andalucía en el imaginario colectivo europeo y promotora de su venta como producto cultural y como incentivo turístico 111**

- Escritos sobre España y público lector en Francia durante la primera mitad del siglo XIX 113
- El periódico ofrece la primicia del viaje por la Andalucía romántica 116
- La imagen simbólica de la Andalucía romántica como producto comercial de las industrias culturales europeas 123
- Bibliografía 126 *por Manuel Bernal Rodríguez*

## **Andalucía y su identidad cultural: análisis de la sección 'Raíces' del diario *El País* 129**

- La globalización como marco 129
- Identidad y nacionalismo 132
- Andalucía en el diario *El País* 137
- Identidad y habla 138
- Bibliografía 144 *por Carmen Herrero Aguado*

## **Estudio de la identidad andaluza en Canal Sur Televisión 147**

- Marco teórico, objeto de estudio y metodología 147
- Programas informativos 151
  - Informativos diarios 151
  - Informativos no diarios 157
- Programas no informativos 161
  - De tarde en tarde 161
  - Senderos de gloria 163
  - Números rojos 163
- Valoración de conjunto 164
- Conclusiones 168 *por María del Mar García Morillo*