| **Nombre del curso** | Industria Cultural |
| --- | --- |
| **Descripción del curso** | Se estudian y contextualizan los procesos deproducción, distribución y consumo cultural, focalizadosen comprender y problematizar los patrones decontinuidad y cambio en la producción culturalindustrializada. |
| **Objetivos** | General:Se estudian y contextualizan los procesos deproducción, distribución y consumo cultural, focalizadosen comprender y problematizar los patrones decontinuidad y cambio en la producción culturalindustrializada.Específico:1. Reflexionar acerca la estructura de las industrias culturales en sus dimensiones histórica, económica y política.
2. Examinar los principales conceptos de análisis de los estudios de economía política de la comunicación
3. Analizar las dinámicas y patrones de continuidad y cambios de las industrias culturales en relación con su impacto político, económico y social
 |
| **Contenidos** | 1) Primera Unidad: Pistas analíticas (Prof. María Eugenia Domínguez) a) De la industria cultural a las industrias culturales.b) Estudios culturales y economía política de la cultura.c) Economía creativa, contexto económico y político.d) Autonomía, creatividad y trabajo cultural e) Desregulación, regulación y mercado.2) Segunda Unidad: Cambios y continuidades en las Industrias Culturales. (Profesor Dino Pancani)a) Poder, Consumo y creatividad.b) Políticas culturales, encuesta tiempo libre, consumo y creatividad.c) Convergencia e internacionalización.d) Acceso en la era de lo digital.e) Producción, consumo y cadena de valor. f) Públicos |
| **Metodología** | El curso tendrá modalidad virtual vía Zoom, utilizando las 3 horas cronológicas de manera sincrónica y desarrollará sus contenidos mediante las siguientes actividades:1. Clases expositivas2. Discusiones grupales 3. Análisis de caso |
| **Modalidad de evaluación** | Síntesis crítica de lectura (2/50% cada una).11 Una síntesis es el resultado de la lectura crítica de uno o más textos, en los que se problematiza el contenido (premisas, datos, marcos teóricos, etc.) y se asume posición frente a los argumentos. En términos de estructura, se debe considerar la introducción, la presentación de los argumentos y problemas expuestos y un comentario crítico fundamentado. Su extensión varía de 7000 a 10 000 caracteres (3 a cinco páginas), a espacio 1.5 interlineado, letra tamaño 12. La primera hoja, contendrá en la parte superior nombre completo, fecha, correo electrónico y los datos del documento sometido a lectura crítica. |
| **Bibliografía**  | Obligatoria:**ADORNO, Theodor W. y Max Horkheimer (1994) “La producción industrial de los bienes culturales. Razones y mistificaciones de las masas”, en La dialéctica de la ilustración, Madrid: Ed. Trotta, p. 165-212. ALTHUSSER, Louis (1970). Ideología y Aparatos ideológicos del Estado. Pp.1-52****BOURDIEU, Pierre (2010). El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Buenos Aires: Siglo XXI. Pág. 19-41. ISBN: 978-987-629-123-1****BOURDIEU, Pierre (2002). Las Reglas del Arte: Génesis y estructura del campo literario. Barcelona: Editorial Anagrama, pp. 318-411****GÜELL, Pedro, (2008) ¿Qué se dice cuando se dice cultura? Notas sobre el nombre de un problema.****MAOISO, Jordi, Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico****MOSCO, Vincent (2006). “La economía política de la comunicación: Una actualización 10 años después”, Cuadernos de Comunicación e Información, N. 11. Disponible en: http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0606110057A/72 74** |
| Complementaria: BAUMAN, Zygmunt (2002). La cultura como praxis. Barcelona: Paidós. BENJAMIN, Walter (2004). “Pequeña historia de la fotografía” España. Pre- textos, 2004. 21 – 53MARX, Carlos (1859) “Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política”, Marxists Internet Archive, marzo de 2001 en https://www.marxists.org/espanol/m-e/1850s/criteconpol.htmMILLER, Toby Política cultural/ industrias creativas (2012) cuadernos de literatura no32 • Julio-Diciembre 2012.MILLER, Toby (2011). La nueva derecha de los estudios culturales -las industrias creativas. Tabula Rasa (15), 115-135.MILLER, Toby y YUDICE, George (2002). Política Cultural. Barcelona: Gedisa. |