| **Nombre del curso** | Industria Cultural |
| --- | --- |
| **Descripción del curso** | Se estudian y contextualizan los procesos de  producción, distribución y consumo cultural, focalizados  en comprender y problematizar los patrones de  continuidad y cambio en la producción cultural  industrializada. |
| **Objetivos** | General:  Se estudian y contextualizan los procesos de  producción, distribución y consumo cultural, focalizados  en comprender y problematizar los patrones de  continuidad y cambio en la producción cultural  industrializada.  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 expositivas  2. Discusiones grupales  3. Análisis de caso |
| **Modalidad de evaluación** | Síntesis crítica de lectura (2/50% cada una).1  1 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 – 53  MARX, 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.htm  MILLER, 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. |