

04

JOSÉ C. PAZ, 26 OCT 2020

VISTO:

El Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ aprobado por Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, aprobado Resolución del citado CONSEJO N° 01 del 26 de junio de 2020, el Expediente Nro. 787/2019, del Registro de esta UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que por el Expediente del VISTO tramita la propuesta del programa de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos correspondiente a la siguiente asignatura: *Las Industrias Culturales (cod. 2107)*

Que es competencia de este CONSEJO DEPARTAMENTAL aprobar y supervisar los programas curriculares de las carreras a su cargo, garantizando que aquellos se ajusten a los contenidos mínimos definidos en los correspondientes Planes de Estudios.

Que habiendo sido puesto a consideración del Consejo DEPARTAMENTAL en la Sesión N° 19, de carácter ordinaria, registrada en el Acta N° 19 del 23 de julio de 2020, este Cuerpo Colegiado compartió los términos y contenidos del referido



instrumento, por lo que **resulta necesario aprobar** el respectivo programa de la asignatura detallada.

Que la presente medida se **adopta** en ejercicio de las atribuciones conferidas por los artículos 77, inciso f), del Estatuto de la UNIVERSIDAD, y 1º, inciso d) y 7º, inciso c), del Reglamento de Funcionamiento de este Consejo Departamental.

Por ello,

**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

DISPONE:

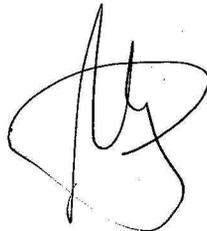
ARTÍCULO 1º.- Apruébase el programa de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Producción y Diseño de Videojuegos que se adjunta como Anexo a la presente, correspondiente a la siguiente asignatura: *Las Industrias Culturales (cod. 2107)*.

ARTÍCULO 2º.- Establécese que los programas aprobados precedentemente, tendrán DOS (2) años de vigencia, contados a partir del semestre siguiente al de su aprobación.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ y cumplido, archívese.

UNPAZ





PROGRAMA UNIDAD CURRICULAR

Departamento	ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA		
Carrera/s	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PRODUCCIÓN Y DISEÑO DE VIDEOJUEGOS		
Nombre de la unidad curricular	LAS INDUSTRIAS CULTURALES	Código	2107
Docente responsable	GABRIEL LERMAN		
Año de presentación del programa	2019-2020		

1. Carga horaria

Horas de clase semanales	4		
Horas de clase totales	64	Horas totales clases teóricas	32
		Horas totales clases prácticas	32
		Otras horas totales (laboratorio, trabajo de campo, etc.)	0

2. Unidades correlativas precedentes en el Plan de Estudios

Denominación	Código

3. Contenidos mínimos según Plan de Estudios

Evolución histórica del concepto. Principales polémicas, Diferencias entre industria cultural, creativa, del entretenimiento. La relación con el arte y los medios. Principales agentes: editorial. Audiovisual, música. Nuevos sectores y anexos. Las diferentes cadenas de valor y su integración. Derechos de autor, principales normas. Las sociedades de gestión colectivas. Mediciones de la economía de la cultura. PBI y empleo. Las IC en la actualidad en Argentina y Latinoamérica. Los procesos de concentración y transnacionalización. La apropiación del término "mercado". Las IC en los procesos de conformación de





identidades individuales y colectivas. Políticas públicas nacionales e internacionales. Gerenciamiento privado, gestión pública. Entorno digital.

4. Fundamentación

El concepto "industria cultural" introducido, estudiado y sistematizado por Theodor Adorno y Max Horkheimer en el marco de la Escuela de Frankfurt, problematizó el estudio histórico de la cultura en la segunda mitad del siglo XX. A partir de entonces, la articulación arte/mercado rigió el análisis de los estudios sociales y culturales.

Por eso, resulta particularmente relevante, datar y diferenciar el momento de la historia de la cultura en el que estos instrumentos teóricos se impusieron alterando las condiciones teóricas y materiales de la producción cultural.

La producción de las industrias culturales implica una incesante elaboración de símbolos, saberes, ideas, identidades. En el consumo de las industrias culturales circula la expresión y reconfiguración de nuestras identidades y subjetividades. En ellas se expresan y dinamizan los valores identitarios de nuestra sociedad. Las industrias culturales son la circulación masiva de cultura en movimiento.

Pero también son un sector económico como cualquier otro, que genera empleo, que compra insumos y maquinaria, que exporta e importa su producción. En la Argentina actual, las industrias culturales son un sector económico relevante, con un importante aporte al PBI y al empleo. Esta doble condición de las industrias culturales es lo que las constituye, indudablemente en un sector estratégico en términos económicos, sociales, políticos y culturales. El acervo cultural de una nación se produce y reproduce en ellas; los valores, símbolos, ideas, gustos y costumbres de una sociedad están imbuidos, influidos y reconfigurados por ese sector.

El programa que aquí se presenta es un instrumento pedagógico, utilizado por los docentes de la asignatura las Industrias Culturales para comunicar a los estudiantes y a la institución, el diseño, el desarrollo y la evaluación de la cursada. Refleja parte del Plan de Estudios de las carreras de pre grado Tecnicaturas Universitarias en Producción y Diseño de Videojuegos y en Producción de Medios Audiovisuales. Se trata de un instrumento, guía y orientación imprescindible para estudiantes, equipo docente, coordinación de carrera, etc., que expresa el sentido de la inclusión de esta asignatura, contribuye a la articulación entre equipos docentes, organiza la provisión de material bibliográfico a los estudiantes y permite el reconocimiento de equivalencias ante cambios de carrera o universidad.

La materia se cursa en el primer año de las Tecnicaturas en Diseño de Videojuegos y en Producción de Medios Audiovisuales, y al estar ubicada en el tronco común de las

Tecnicaturas mencionadas, permite incorporar una serie de conceptos introductorios para la comprensión de otras asignaturas como Historia del Cine, Introducción a los Medios de Comunicación, la Tecnología y sus Usos, Literatura y Pensamiento, entre otras.

5. Objetivos

Generales

Dar cuenta del momento histórico en el que fue sistematizado el concepto "industria cultural". Relevar su emergencia y su influencia a lo largo de la segunda mitad del siglo XX. El impacto en la producción cultural posterior.

Específicos

Formar profesionales con competencias teóricas, técnicas y artísticas para participar en las distintas etapas del diseño, producción y realización de proyectos de las Industrias Culturales, tanto en el ámbito privado, como público. Proveer elementos sobre la estructura de las industrias culturales en sus dimensiones histórica, económica y política, que permitan al alumno tener una mirada abarcadora en relación a las distintas interpretaciones y posicionamientos para analizar la vinculación dinámica y conflictiva entre cultura y economía. Analizar los distintos enfoques, antropológicos, sociológicos y de la economía política para pensar el área de estudio. Al mismo tiempo se deberá comprender el funcionamiento de las cadenas de valor de cada uno de los sectores que conforman el sistema de las industrias culturales. Uno de los campos en el que el futuro egresado desarrollará su profesión. Entender a las industrias culturales como un ecosistema con reglas y transversalidades específicas, diferenciadas del resto de los bienes económicos. Analizar diferencias de gestión pública y privada en el área de las industrias culturales. Los grados de interacción, los conflictos y las sinergias posibles. Presentar los métodos que permiten detectar nuevas tendencias en la producción y los consumos de bienes y servicios culturales. En un sector muy vinculado a la novedad, detectar tendencias y predecir escenario será una herramienta fundamental para los futuros egresados. Para esto es necesario tener una mirada sobre el contexto internacional en el que se desarrolla el sector.



6. Contenidos (organizados por unidades)

Unidad 1: Cultura e Industrias Culturales

Evolución histórica del concepto de industria cultural desde su formulación por la Escuela de Frankfurt. El contexto histórico-cultural en el que surge. Los debates fundamentales en relación

al nombre y las perspectivas políticas e ideológicas en juego.

Unidad 2: Estructura de las industrias culturales

Características económicas de las industrias culturales, el valor del prototipo.

Los nuevos actores producto de la tecnología y de los nuevos consumos. Concentración económica y geográfica, los procesos monopólicos. El surgimiento de pequeños proyectos autogestionados, comunitarios, PYMES, como modelos alternativos.

Unidad 3: Producción, consumo y tecnologías

Modelos de medición de producción y consumo cultural.

La reconfiguración del sector, ganadores y perdedores. Nuevos modelos de negocios. Los nuevos desafíos, ligados al derecho de autor, el acceso y la concentración.

Unidad 4: Políticas públicas

Políticas públicas para la inclusión. Las intermediaciones, estructuras representativas del sector, cámaras, sociedades de gestión colectivas, asociaciones, institutos. Estructuras gubernamentales vinculadas al sector. Leyes de protección y fomento. Políticas de desarrollo internacional. Análisis de políticas regionales, MICÁ, MICSUR.

7. Bibliografía obligatoria y complementaria (organizada por unidades)

Bibliografía obligatoria.

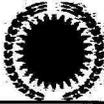
Unidad 1

Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra. Acceso, Estructura y concentración de los medios en la América latina del Siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires

Horkheimer, May. Adorno, Theodor (1988)r, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires

Mattelart, Armand y Jean-Marie Piemme (1982), "Las industrias culturales: génesis de una idea", en VVAA, *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México.

Martín-Barbero, Jesús, (1997) *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, México



Schlesinger, Philip (2011), "Intelectuales y políticas culturales", en Albornoz, Luis (comp.), *Poder, medios, cultura: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*, Paidós, Buenos Aires

Yúdice, George (2002), *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Barcelona.

Unidad 2

AAVV, *Música del centenario al Bicentenario*, Ediciones del CCC- Fondo Nacional de las Artes, Buenos Aires

AA:VV. Nicolosi, Alejandra Pía (comp) (2014) *La televisión en la década kirchnerista. Democracia audiovisual y batalla cultural*. Universidad Nacional de Quilmes, Quilmes.

AA.VV. Hamawi, Rodolfo, Lerman, Gabriel (Comp) (2011) *Valor y Símbolo, dos siglos de industrias culturales de la Argentina*, Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.

De Sagastizábal, Leandro y Estevez Fros.(2002), *El mundo de la edición de libros*, Paidós, Buenos Aires.

Huizinga, Johan (2012) *Homo Ludens*, Alianza Editorial, Madrid.

Igarza, Roberto (2013) *Nueva agenda por el libro y la lectura: recomendaciones para políticas públicas en Iberoamérica*, CERLALC-UNESCO, Bogotá.

Lessig, Lawrence (1998), *Las leyes del ciberespacio*", conferencia Taiwan Net '98, mimeo, Taipei, publicado en:

<http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/audiencias-y-nuevos-medios/ciberesp.htm>.

Unidad 3

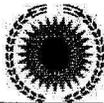
AA:VV: Lerman, Gabriel (Comp) (2012) *En la ruta digital*, Secretaría de Cultura de la Nación. Buenos Aires.

Ficsor, Mihály (2009), "El autor en la era digital. ¿Un concepto en crisis?", en *Revista Iberoamericana de derecho de autor*, año III, Nro.5, UNESCO-CERLALC/Universidad de los Andes (Colombia), Bogotá.

García Canclini, Nestor, Urteaga, Maritza (Coord).(2012) *Cultura y desarrollo, una visión crítica desde los jóvenes*, Paidós, Buenos Aires.

Igarza, Roberto (2009), *Burbujas de ocio, Nuevas formas de consumo cultural*, La Crujía, Buenos Aires.

Moreno, Hilario(2012) *Lectores, libros, lecturas. Cambios en las prácticas y hábitos de lectura*. (2012) Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.



Secretaría de Cultura (2013), Encuesta Nacional de Lectura 2011, Buenos Aires.

Unidad 4

García Canclini, Néstor (1999), "Globalizarnos o defender la identidad: ¿cómo salir de esta opción", en *Nueva Sociedad* n°163, Nueva Sociedad, Caracas, p. 56-70.

Hamawi, Rodolfo, MICSUR un proyecto hacia la integración, inédito.

López, Gustavo (2009) Las industrias culturales en la legislación argentina, CCC-UNQUI, Buenos Aires.

Margulis, Mario; Urresti, Marcelo y otros (2014) *Intervenir en la cultura, más allá de las políticas culturales*, Biblos, Buenos Aires.

Pre MICA, industrias culturales región por región (2013) Secretaría de Cultura de la Nación, Buenos Aires.

Vich, Víctor, (2014) *Desculturizar la cultura, la gestión cultural como forma de acción política*.

Bibliografía general complementaria

Adorno Adorno, Theodor (1967), "La industria cultural", en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Galerna, Buenos Aires, p. 7-20.

Castells, Manuel (1995), *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Alianza Editorial, Madrid.

Castells, Manuel (2009), "La comunicación en la era digital", en *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid.

Chauí, Marinela (2013) *Ciudadanía cultural, el derecho a la cultura*, rgc, Buenos Aires.

Cavalló, Guglielmo (1995), *Libros, editores y público en el Mundo Antiguo*, Alianza, Madrid.

De Charras, Diego (2006), "Internet y las industrias culturales", en *Redes, burbujas y promesas*, Prometeo, Buenos Aires.

García Canclini, Néstor (1999), "Globalizarnos o defender la identidad: ¿cómo salir de esta opción", en *Nueva Sociedad* n°163, Nueva Sociedad, Caracas, p. 56-70.

Grimson, Alejandro (2011) *Los límites de la cultura, crítica de las teorías de la identidad*, Siglo Veintiuno, Buenos Aires.

Grossberg, Lawrence (1997), "Estudios culturales versus economía política, ¿quién más está aburrido con este debate?", en *Causas y Azares* n°6, Causas y Azares, Buenos Aires, p. 47-60.

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26522.

Martín-Barbero, Jesús (2008) *Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación*, Ediciones Cidob, Barcelona. (Digitalizado).



- Mastrini, Guillermo, Bizberge, Ana, De Charras, Diego (editores), (2013) Las políticas de comunicación en el siglo XXI, La Crujía, Buenos Aires.
- Mendez Mosquera C. (1997) "Retrospectiva del diseño gráfico" en Revista Contextos 1, pág 46-53 FADU-UBA, Buenos Aires.
- Mires, Fernando (1999), "La política en tiempos de la globalización", en *Nueva Sociedad* nº163, Nueva Sociedad, Caracas, p. 165-177.
- Mosco, Vincent. (1986), *Fantasías electrónicas*, Paidós, Barcelona.
- Zallo, Ramón (2011) Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital, Barcelona, Gedisa.

8. Metodología de trabajo

Se combinarán diversas estrategias para desarrollar el curso. En todas las clases acompañarán la exposición del docente, con un abordaje teórico-conceptual, el análisis de casos y su análisis por parte de los alumnos. En algunos casos trabajando en pequeños grupos. Se incentivará el análisis y debate de temas, ligados a la materia, que tengan relevancia pública durante el cuatrimestre. Se propondrá el armado de un foro que acompañará el avance de los contenidos, en el que se le incluirá material audiovisual para su análisis. De esta manera el estímulo del trabajo colaborativo, debates, foros, análisis de casos, induce al aprendizaje individual mediante las lecturas previas.

La materia comprende la realización de 6 (seis) trabajos prácticos, además de dos evaluaciones parciales presenciales, y los mismos se gestionan a través del campus virtual. Los trabajos prácticos requieren al menos 1 hora semanal de trabajo conjunto por parte del alumno y del docente, con un total de hasta 4 (cuatro) horas mensuales. El campus virtual se utiliza para el seguimiento, la recepción y la corrección de los 6 TP.

9. Evaluación (Requisitos de aprobación y criterios de evaluación)

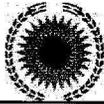
De acuerdo con el Régimen General de Estudios, las asignaturas se aprueban mediante:

- a) Promoción,
- b) Examen integrador, o bien
- c) Examen Final

En cualquiera de los casos se requiere el 75% de asistencia a clase.

Para aprobar la asignatura por promoción se requiere obtener calificaciones no inferiores a 6 (seis) en al menos dos evaluaciones parciales o sus respectivos recuperatorios, y un promedio de 7 (siete) puntos o más.

Para aprobar a través de examen integrador se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro)



en al menos dos evaluaciones parciales. Esta instancia se desarrolla luego de finalizada la cursada, no requiere inscripción previa y es llevada adelante por el profesor de la comisión, quien indica a cada estudiante los contenidos a evaluar y su modalidad (escrito, oral, trabajo, etc). El examen integrador se aprueba con 4 (cuatro) puntos. Los estudiantes que no aprueben por promoción o por examen integrador tendrán la posibilidad de aprobar la asignatura mediante examen final. Para acceder a esta instancia se requiere obtener calificaciones no inferiores a 4 (cuatro) puntos en al menos dos instancias parciales o sus respectivos recuperatorios.

Para más información se sugiere leer detenidamente los artículos 31 a 39 del Régimen General de Estudios de UNPAZ.

Metodología de evaluación:

El primer parcial será presencial e individual y el segundo consistirá en un trabajo práctico domiciliario o coloquio presencial.

10. Instancias de práctica (opcional)

2 Visitas y trabajos prácticos a realizar en un Medios de Comunicación de mediana y gran escala, y un medio social comunitario de la región noroeste del conurbano bonaerense. A la vez, se pondrán en valor a través de distintas actividades, la historia de los Estudios San Miguel como memoria social y cultural de la zona, así como la Planta Transmisora de LRA Radio Nacional, ubicada en la localidad de Gral. Pacheco, ruta 197 y camino Bancalari.

11. Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1	Presentación de la materia.
Semana 2	Acceso, estructura y concentración de medios de comunicación masiva. Becerra y Mastrini
Semana 3	El concepto de industria cultural. Adorno y Horkheimer
Semana 4	Hegemonía y recepción. Barbero
Semana 5	La TV kirchnerista. Nicolosi.
Semana 6	SINCA. Valor y símbolo. Dos siglos de industrias culturales en Argentina
Semana 7	La edición de libros. De Sagastizábal
Semana 8	PRIMER PARCIAL
Semana 9	En la ruta digital. Lerman (comp.)
Semana 10	Recuperatorio primer parcial. El autor y los soportes digitales. Ficsor



Semana 11	Cultura y desarrollo. García Canclini
Semana 12	Ocio, consumo. Igarza
Semana 13	Globalización y cultura. García Canclini
Semana 14	Políticas públicas. Hamawi, López, Margulis y Vich
Semana 15	Entrega del TP (con carácter de segundo parcial) y corrección en el curso
Semana 16	Cierre de la materia y recuperatorio segundo parcial
<i>A partir de aquí a completar únicamente para unidades curriculares con régimen anual</i>	
Semana 17	
Semana 18	
Semana 19	
Semana 20	
Semana 21	
Semana 22	
Semana 23	
Semana 24	
Semana 25	
Semana 26	
Semana 27	
Semana 28	
Semana 29	
Semana 30	
Semana 31	
Semana 32	

Firma docente responsable	
Firma Departamento Académico	