

PROGRAMA

“Los públicos de las artes en América Latina. El caso del cine”

Docentes a cargo:

Mg. Marisa Iris Alonso

Mg. Vanina Soledad López

Objetivos del curso:

Generales

- Promover el intercambio y debate de saberes en torno a la temática recortada para el estudio.
- Reflexionar sobre las transformaciones operadas en el consumo y su relación con la construcción de la ciudadanía política.

Específicos

- ✓ Debatir contenidos teóricos en torno a la noción de públicos y su transformación en el tiempo.
- ✓ Revisar la relación entre consumo y tecnologías durante el final del siglo XX y el comienzo del siglo XXI.
- ✓ Concientizar sobre las representaciones estéticas como lenguajes de generación de narrativas políticas.
- ✓ Abordar el estudio de casos que aporten al análisis general.
- ✓ Estimular la discusión y el debate que pueda quedar plasmada en artículos, proyectos de obras, avances de tesis según sea la necesidad de cada integrante.

Fundamentación

El presente curso se propone analizar, a través de una revisión teórica del tema y desde una perspectiva anclada en la historia y la comunicación social, el rol de los públicos y su participación activa en el universo de la cultura. Para hacerlo, nos centraremos en un tiempo y espacio determinado; revisaremos especialmente las transformaciones operadas por efecto de los cambios tecnológicos que ocurrieron a partir de finales del siglo XX hasta la actualidad. Nos detendremos en el caso del cine, revisando particularmente el concepto de poscinematografía (Torterola, 2011) estudiando los procesos de fragmentación de los servicios culturales.

Investigar el rol de los públicos nos conduce al análisis de los asuntos vinculados a la recepción. Pretendemos identificar los agentes que median en ella, la concentración de los medios de comunicación, las transformaciones producidas por la convergencia digital y su impacto en los entornos comunicativos que caracterizaron ese momento histórico de finales de los años '90 hasta la actualidad. Pretendemos reflexionar acerca

de los modos en que los públicos establecen un *contrato cultural* e intervienen y modifican el *pacto de consumo* propuesto desde la esfera de la producción, que se transforma permanentemente, y que está vinculado con las condiciones históricas (Rosas Mantecón, 2023).

Debatir acerca del consumo de determinado tipo de bienes culturales, nos permite seguir pensando en nociones como la construcción del gusto o aspectos como los códigos estéticos que pueden impedir que los integrantes de los públicos se sumen a experiencias que, en este caso, el cine habilita. Nuestros ejes de trabajo están definidos en función de estos contenidos que aquí enunciarnos; nos guía el incentivo de reflexionar sobre estas temáticas para seguir pensando la transformación operada en las distintas expresiones artísticas, su circulación y consumo. Sin perder de vista, el contexto y los cambios operados en el mismo tanto en materia económica como política.

Contenido:

-La historización de la noción de público: una reflexión teórica e histórica. Ocio y consumo: transformaciones en el tiempo. Relaciones entre la noción de público y la de cultura pública. Acceso cultural e inequidad: El rol de las agencias nacionales. El espectador como ciudadano o como cliente. El rol del estado como garante de derechos.

-Neoliberalismo, globalización y tecnología. Transformaciones en la recepción y el consumo. Factores de incidencia en la transformación del consumo: la variedad de ofertas culturales. ¿La democratización del consumo? Experiencias y programas de desarrollo de nuevos públicos.

-¿Iguales en la oscuridad? (Mantecón, 2017) Cine y públicos. Del cine de barrio a las multipantallas. La relevancia de los datos: análisis de la evolución y transformación en materia de concurrencia y salas. La fragmentación de los servicios culturales. ¿Cómo abordar los fenómenos cinematográficos de público? El acceso al ocio como producción de sensibilidades comunes: (re)educar la mirada. La poscinematografía: descentramiento, diversificación, multiplicación. Referencia a casos

Metodología:

El curso se realizará en modalidad virtual, contemplando tanto los encuentros sincrónicos como las instancias de trabajo asincrónicas.

Durante los encuentros virtuales sincrónicos se planteará una dinámica de trabajo colaborativo. Se propondrá a los y las participantes trabajar con la observación, la escucha atenta y el ejemplo en relación con las imágenes presentes en las lecturas propuestas.

En los encuentros asincrónicos se habilitarán espacios de intercambio entre los participantes (foros o salas grupales organizadas para tal fin) y se propondrán consignas de ejercitación y producción de textos cortos (listados, breves reseñas de no más de un número determinado de palabras o párrafos, etc) Ambas instancias podrán ser retomadas en el trabajo final. Todas estas tareas recibirán el

acompañamiento del docente a cargo quien será el responsable de realizar las devoluciones y retroalimentaciones de las mismas.

Evaluación de aprendizajes

Al finalizar la cursada, los y las participantes del mismo deberán realizar un trabajo final de producción individual, consistente en un texto argumentativo en el cual presenten las ideas generales para el desarrollo de un posible artículo de un máximo de 12 páginas y un mínimo de 7 páginas. Dicho trabajo deberá poner en diálogo los conceptos abordados en la cursada y ser argumentativamente coherentes, haciendo referencia a la bibliografía de lectura obligatoria.

Carga horaria: 20 horas reloj. Distribuidas en cuatro encuentros sincrónicos de 3 horas y dos asincrónicos en los cuales se propondrán actividades y lecturas que se retomaran en los encuentros sincrónicos.

Modalidad de dictado Virtual sincrónico y asincrónico

Certificación (certificados de asistencia y/o aprobación)

Recibirán certificados de asistencia quienes concurren al 80% de las clases, y certificado de aprobación a quienes realicen el trabajo final y el mismo sea aprobado.

Destinatarios: Estudiantes de comunicación, ciencias sociales y humanas, de grado, miembros del cuerpo administrativo y todos aquellos interesados e interesadas en la temática.

Bibliografía

La selección de bibliografía se ajustara de acuerdo a los intereses del grupo y la dinámica del desarrollo de esta propuesta.

Rosas Mantecón, A. (2023) Pensar los públicos. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa/División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Antropología.

Rosas Mantecón, A. (2021) “Formar públicos en la era digital: redefiniciones, ambigüedades y desafíos” en Ivacache, J; Campos, D; Las Heras, F (coordinadores) (2021) Desarrollo y Formación de Públicos. Unidad de Programación y Públicos; Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Steven Hadley (2021) “Desarrollo de Públicos y política cultural” en Ivacache, J; Campos, D; Las Heras, F (coordinadores) (2021) Desarrollo y Formación de Públicos. Unidad de Programación y Públicos; Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Santiago de Chile, 2021 pp 266-290

Guardiola, I. "El espectador ante el mito de abundancia de plataformas digitales en un mundo post COVID-19" en Ivacache, J; Campos, D; Las Heras, F (coordinadores) (2021) Desarrollo y Formación de Públicos. Unidad de Programación y Públicos; Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Kelly-Hofenblatt, A; Poppe, N (2022) "En las carteleras" en En la cartelera. Cine y Culturas cinematográficas en América Latina. Iberoamericana-Vervuert. Colecc. Aproximaciones a las culturas hispánicas.

Torterola, E. (2015) La ciudad, los cines y sus públicos. Equipamiento de exhibición y prácticas de consumos de filmes en Buenos Aires: del encuentro colectivo al espectáculo minoritario (1960-2014) Universidad Nacional de México. Versión. Estudios de Comunicación y Política Número 36/mayo-octubre 2015

Wortman, A. y Radakovicht, R. (2019). Mutaciones del consumo cultural en el siglo XXI. Tecnologías, espacios experiencias. Buenos Aires: Teseo.

Duarte, Deborah (2014) "Políticas públicas e institucionalidad para la cinematografía uruguaya" en El cine nacional de la década Radakovich, R (coord.) (2014) Edición:PRODIC-CSIC FIC-UDELAR \ ICAU – MEC.

Materiales en la web

Cátedra Ingmar Bergman. UNAM (2020) Dubatti, Jorge. Estallar el concepto de espectador En Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=sJlbrwWA_k8

Fundación Caja Navarra (2022). Guardiola, I. El mundo digital y la nueva esfera pública. Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=pblGAtQT158&t=110s&ab_channel=Fundaci%C3%B3nCajaNavarra

RFI.Español (2023) Patiño, Bruno. Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=t-hNxp7C4Jk&ab_channel=RFIEspa%C3%B1ol

Congreso Futuro (2022) Patiño, B. No puedo hablar, solo mensajes. Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=fDRkgxWxTbM&t=620s&ab_channel=CongresoFuturoConferencia

Bibliografía general

Bourdieu, P (2010) El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. Siglo XXI, 6ta.edicion

Bourdieu, P. (1988). La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Taurus

García-Canclini, N. (coord.) (1994), Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México, Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine)/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (cnca).

Rosas Mantecón, A. (2017) Ir al cine. Antropología de los públicos, la ciudad y las pantallas. Gedisa.

Yúdice, G. (2002). El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Gedisa.

