

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

HORAS DE CLASE				DOCENTE RESPONSABLE
TEÓRICAS		PRÁCTICAS		DI Danna Gallego
p/semana	p/cuatrim.	p/semana	p/cuatrim.	DOCENTE COLABORADOR
2	32	2	32	Lic. Valeria Semilla

DESCRIPCIÓN:

Proponemos, desde la materia, una mirada abarcadora que le permita al alumno comprender y evaluar la construcción de ficciones que sustentan, cohesionan y legitiman los intercambios de bienes de consumo, tanto como la producción y reproducción de una máquina deseante artificial: la modelización de un habitus de conducta humana. Frente a un modelo globalizado y corporativo indagaremos sobre aquellas posturas latinoamericanas con propuestas locales y alternativas. Esto nos conllevará indiscutiblemente a reflexionar desde una ética profesional nuestro campo laboral y la disputa por el capital simbólico

PROGRAMA SINTÉTICO:**UNIDAD I:** Introducción a la lógica del Mercado.**UNIDAD II:** El capital simbólico. Habitus. La Distinción.**UNIDAD III:** Integrantes del campo de la moda en la construcción de la tendencia y el consumo. Los medios de comunicación.**UNIDAD IV:** De lo global a lo local. Hacia una teoría latinoamericana. El arte, la cultura de masas, la artesanía y la estética.

Vigencia años:

2016

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

PROGRAMA ANALÍTICO:**UNIDAD I: Introducción a la lógica del Mercado.**

Noción abstracta de mercado. El egoísmo e interés de sectores privados, la concepción utilitaria y mercantilización de lo existente, la tendencia a la maximización de beneficios y minimización de costos, la productividad y competitividad extrema. Economía real y su relación con lo social (Coraggio, 2003, 2011). Redes de colaboración solidaria. El comercio justo. La Fair Trade Labelling Organization (FLO). Oxfam Intermón y su marca de ropa "Veraluna Comercio Justo". Textil orgánico argentino marca Verde Textil. Otro Mercado al Sur. Cooperativa Agroecológica.

UNIDAD II: El capital simbólico. Habitus. La Distinción.

La producción de significaciones, su acumulación, intercambio, comunicación, apropiación de significaciones. El arte, el lenguaje, el ritual, el juego y la moda. Pierre Bourdieu y Jean Baudrillard. El régimen de la mortandad de los objetos. El imperio de la seducción y de la obsolescencia programada. Criterio y bases sociales del gusto. Guy Debord y la sociedad del espectáculo.

UNIDAD III: Integrantes del campo de la moda en la construcción de la tendencia y el consumo. Los medios de comunicación.

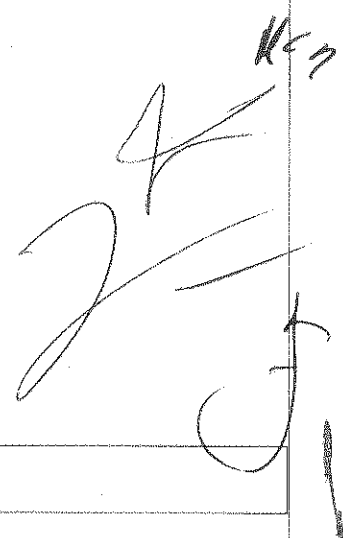
Los cazadores de tendencias o cool hunters. Blogs y el consumo de la moda. Bloggers femeninas y tendencias. Fast fashion. Slow fashion. Cluster o tiendas colectivas. Moda, mercado y redes. Consumo de tendencias on line. Revistas de moda. La publicidad. Deporte y tendencias. Lo eco fashion. Diseño sustentable. Definición de un marco teórico sustentable.

UNIDAD IV: De lo global a lo local. Hacia una teoría latinoamericana. El arte, la cultura de masas, la artesanía y la estética.

Néstor Canclini, Adolfo Colombres, Ticio Escobar y Elsa Flores Ballesteros. Culturas híbridas. Industrias culturales, globalización y antiglobalización. Lo autóctono como inspiración. Tendencias y colonialismo. Influencias del arte: el neoconcretismo brasilero en las colecciones de Vuitton y Balenciaga. Helio Oiticica y Lygia Clark. El Instituto Di Tella: Delia Cancela, Marta Minujín, Dalila Puzzovio.

Vigencia años:

2016



UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

BIBLIOGRAFÍA:

- ABRAMOVICH, A.L. (2008). *Emprendimientos productivos de la economía social en Argentina: funcionamiento y potencialidades*. In: A. CIAMONTE, *La economía política de la pobreza*. Buenos Aires, Editorial CLACSO. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/clacso/crop/cimada/Abramov.pdf>. Acceso el: 24/04/2012
- BALLESTEROS, Flores Elsa (1997). "Arte, identidad y globalización", en Bayardo, Rubén y Lacarrieu, Mónica (comp.): *Globalización e identidad cultural*, Buenos Aires: Ed. Ciccus.
- BAUDRILLARD, J. (1969). *El sistema de los objetos*. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- BAUDRILLARD, J. (1989). *Crítica de la economía política del signo*. Madrid: Editorial Siglo XXI.
- BOURDIEU, P. (1990). *Alta costura y Alta cultura en Sociología y cultura*. México: Editorial Grijalbo.
- BOURDIEU, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Editorial Taurus.
- COLCHESTER, C. (2008). *Textiles, tendencias actuales y tradicionales*. Barcelona: Editorial Blume.
- COLOMBO, E. (2012). *La industria textil y el desarrollo en Argentina*. Base Textil [Revista en línea]. Recuperado de: www.basetextil.com.ar/Revista149/Editorial149.html.
- COLOMBRES, A. (2004). *América como civilización emergente*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- CORAGGIO, J.L. (2011). *Economía Social y Solidaria: El trabajo antes que el capital*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- CORAGGIO, J.L. (2002). *La propuesta de economía solidaria frente a la economía neoliberal*. In: Conferencia sobre economía solidaria, Eje I: La producción de riquezas y la producción social, Foro Social Mundial, Porto Alegre. Disponible en: http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/Hacia_un_proyecto_de_Economia_Social_centrada_en_el_trabajo.pdf. Acceso el: 08/04/2012
- CORTINA, A. (2004). *La ética del consumo*. Barcelona: Editorial Ariel.

Vigencia años:

2016

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

- > DOMINGUEZ RIEZU, M. (2009). *Coolhunting: marcando tendencias en la moda*. Barcelona, Editorial Parramón.
- > ESCOBAR, T. (2004). *La Identidad en los tiempos globales*. Ponencia del autor facilitada para el Programa Estudios de Contingencia, Seminario Espacio/Crítica.
- > GARCIA CANCLINI, N.(2000) "*Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina*", en B. Kliksberg y T. Luciano (comps.), *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Argentina, Banco Interamericano e desarrollo. Argentina, Banco Interamericano de Desarrollo, Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- > GARCIA CANCLINI, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Editorial Grijalbo.
- > GARCIA CANCLINI, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Editorial Grijalbo.
- > GARCIA CANCLINI, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires, Editorial Paidós.
- > GUERSHMAN, B. (2008). *Independientes, autores y empresarios*. Una etnografía acerca del diseño de indumentaria en la ciudad de Buenos Aires. Tesis de Maestría en Antropología Social, Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de General San Martín, Buenos Aires, Argentina.
- > JAEGER, A. (2009). *Creadores de moda: diseño, industria y tendencias*. Barcelona: Editorial Océano.
- > JAMESON, F. (1985). *Posmodernismo y sociedad de consumo*. Barcelona: Editorial Kairós.
- > LIPOVETSKY, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona: Editorial Anagrama.
- > MOSQUERA, G. (1995). *Arte global. Cambiar para que todo siga igual*. Revista "Lápiz" Nº 11 (p. 17). Madrid.
- > NAREDO, J.M. (2003). *La economía en evolución: Historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico*. Madrid: Editorial Siglo Veintiunomica. En Croci, P; Vitale, A. (comps.)

Vigencia años: 2016

Handwritten signatures and initials, including 'KCS' and a large signature.

02 SEP 2016

CD DLR 201

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FOLIO Nº 516
13

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

- SZTAJNSZRAJBER, D. (2008). *Posmodernidad y estetización de la existencia*. Posgrado virtual en Educación, Imágenes y Medios. Buenos Aires: Editorial FLACSO.
- VEBLÉN, T. (1987). *Teoría de la clase ociosa*. Buenos Aires: Editorial Hyspamérica.

EXTRAS:

- CASTELLS, J. (2006). *La sociedad red*. Madrid: Editorial Alianza.
- DE LA CREU, P. *Lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- DEL OLMO, J.L. & FONDEVILA G., J.F. (2014). *Marketing digital en la moda*. Barcelona: Ediciones internacionales universitarias.
- DIAZ, P. (2014). *Comunicación y gestión de marcas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- DILLON, S. (2012). *Principios de gestión en empresas de moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili SL.
- ERNER, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Rosselló, Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.
- ERNER, G. (2005). *Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*. Barcelona: Gustavo Gili SL.
- KANUK, L. & SHIFFMAN, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Méjico: Prentice Hall.
- MANZANO, R., GAVILAN, D., AVELLO, M., ABRIL, C. y SERRA, T. (2012). *Marketing sensorial: Comunicar con los sentidos en el punto de venta*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- MARTINEZ, D. (2012). *Zara: visión y estrategia de Amancio Ortega*. Barcelona: Random House Mondadori, S.A.
- REQUEMA, G. (2010). *Una coolhunter en Nueva York: Manual práctico de una cazatendencias*. Barcelona: Editorial Océano S.L.
- RIVIERE, M. (1998). *Crónicas virtuales: La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Editorial Anagrama, S.A.
- RUIZ, E. (2012). *La moda en la red: análisis semiótico de los blogs de moda*. Sabadell: Editorial Fundit.
- SAEZ, F. (2005). *La blogosfera: un vigoroso subespacio de comunicación en internet*. Revista Telos nº67 (p.86-93). Disponible en: <http://tiscar.com/blogs-para-educar/>.

Vigencia años: 2016

CD DLR 291

02 SEP 2016

FOLIO Nº
14

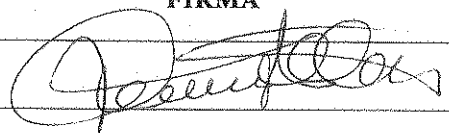
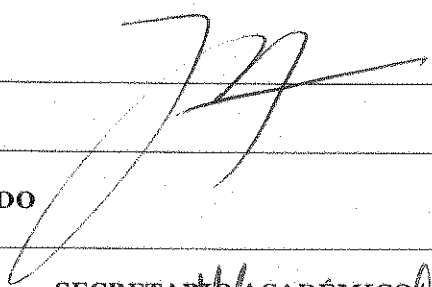
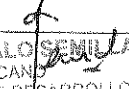
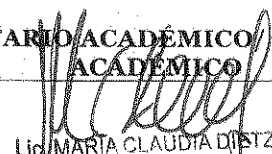
6/6

UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FACULTAD: Desarrollo Local y Regional

PROGRAMA DE: Taller de Tendencias y Estética del Consumo

CÓDIGO: 209

DOCENTE RESPONSABLE	FIRMA	
DI Danna Gallego		
DOCENTE COLABORADOR		
Lic. Valeria Semilla		
VISADO		
DECANO DE FACULTAD	SECRETARIO ACADÉMICO / DIRECTOR ACADÉMICO	
 Mg. GONZALO SEMILLA DECANO FACULTAD DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	 Lic. MARIA CLAUDIA DIETZ DIRECTORA COORD. EDUCATIVA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE	
FECHA:	RESOLUCION:	FECHA:

Vigencia años: 2016