



BAHÍA BLANCA, 02 SEP 2016

VISTO el Asunto DLR Nº 57/16 por el que el Decano de la Facultad de Desarrollo Local y Regional eleva la propuesta del Docente responsable respecto al Programa de la materia "Taller de Tendencias y Estética del Consumo" (cód. 209), y;

CONSIDERANDO:

Que la Docente responsable de la confección del Programa, DI. Danna GALLEGO ha elevado su propuesta conforme a lo exigido por la normativa pertinente para el caso;

Que asimismo, se ha propuesto como docente colaboradora a la Lic. Valeria SEMILLA quien participó en la confección del mencionado Programa;

Que no existen objeciones que realizar sobre los contenidos del Programa propuesto;

Que el presente Asunto ha sido tratado y aprobado en la sesión de CD del día 02 de septiembre de 2016;

Que por las atribuciones conferidas por el artículo 66º del Estatuto de la UPSO le corresponde a este Consejo Directivo dictar el correspondiente Acto Administrativo;

Por ello,

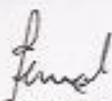
**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD
DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL**

RESUELVE

ARTICULO 1º Aprobar el Programa de la asignatura "Taller de Tendencias y Estética del Consumo" (cód. 209), según la versión que se agrega y forma parte de la presente.

ARTICULO 2º Registrar. Pasar copia de la presente a la Secretaría General Académica y a Rectorado a sus efectos. Cumplido, archivar.

RESOLUCIÓN CD DLR Nº 291/16


Mg. GONZALO SEMILLA
DECAÑO
FACULTAD DE DESARROLLO
LOCAL Y REGIONAL
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

Aprobada por el C. D. de Facultad <i>de Desarrollo Local y Regional</i> en la sesión del <i>02/09/16</i>	 Mg. LORENA S. BEIER SECRETARIA DEL CONSEJO DIRECTIVO FACULTAD DE DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE
--	--

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 Canelini, 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 Canceña, Marta Minujín, Dalila Puzovio.

Vigencia años:

2016

Handwritten signatures and initials, including "KCS" and "JCS".

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, Fje I: La producción de riquezas y la producción social, Foro Social Mundial, Porto Alegre. Disponible en: http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656c302ff45ef61a4f2e5bf24/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

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.
- VEBLEN, T. (1987). *Teoría de la clase ociosa*. Buenos Aires: Editorial Hyspamérica.

EXTRAS:

- CASTRILLO, 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 cozatendencias*. 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

DI Danna Gallego

FIRMA

DOCENTE COLABORADOR

Lic. Valeria Semilla

VISADO

DECANO DE FACULTAD

Lic. GONZALO SEMILLA
DECANO
FACULTAD DE DESARROLLO
LOCAL Y REGIONAL
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

SECRETARIO ACADÉMICO / DIRECTOR ACADÉMICO

Lic. MARIA CLAUDIA DISTZ
DIRECTORA GENERAL EDUCATIVA
UNIVERSIDAD PROVINCIAL DEL SUDOESTE

FECHA:

RESOLUCION:

FECHA:

Vigencia años: 2016