

Universidad de la República
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Cursos de Educación Permanente
Segundo Semestre 2010

Título: Sociedad de consumo: impactos en la cultura y la comunicación.

Docente responsable: Rosario Radakovich.

Destinatarios:

Profesionales universitarios vinculados a la publicidad, investigación de mercado, ciencias sociales, comunicación y gestión cultural.

Objetivos:

Proporcionar a los estudiantes una visión panorámica de los principales debates clásicos y contemporáneos.

Contenidos:

- Consumo y estructura social. Teorías clásicas sobre el consumo y la estructura social. El papel del status y el prestigio social. América Latina: consumo y clases medias.
- Gustos y preferencias de consumo. Factores que inciden sobre las preferencias: Capital cultural, grupos de status, estilos de vida. La hibridez cultural latinoamericana. La porosidad del consumo.
- El consumo de lujo y de necesidad. Las NBI y las necesidades básicas insatisfechas en el plano cultural. Consumo de marcas y símbolos. El gasto y el lujo.
- Gentrificación y circuitos de consumo urbano. De las galerías a los shoppings. El concepto de Gentrificación (Sassen). El papel de las industrias creativas: moda, arte, diseño. Circuitos de turismo cultural y patrimonio cultural.
- Consumo cultural artístico. Del consumo de las bellas artes a la cumbia plancha. De la cultura letrada a la audiovisual.
- Consumo audiovisual. Públicos audiovisuales: TV, cine. Internet como nuevo espacio de consumo.

Carga horaria: 20 horas.

Fecha de inicio: 5 de agosto.

Fecha de finalización: 8 de octubre.

Días y horarios: jueves de 20:30 a 22:30 horas.

Lugar: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, salón 11.

Cupo: 30 personas.

Inscripciones: enviar un e-mail a cursos@liccom.edu.uy desde el 26 de julio hasta el 3 de agosto con los siguientes datos:

- Nombre completo:
- C.I.:
- E-mail:
- Título:
- Título expedido por:

ATENCIÓN: En el asunto del e-mail se debe incluir el Nro. de Referencia: 201010

Rosario Radakovich es socióloga especializada en cultura y comunicación, en particular en el estudio del consumo cultural y políticas públicas de comunicación. Es candidata a Doctora en Sociología por la Universidad Estadual de Campinas (UNICAMP), especializada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) y en Política Internacional por la Universidad de la República.

Es Profesora Adjunta del curso Ciencia Política y Comunicación de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación e investigadora del Programa de Desarrollo de la Información y la Comunicación (PRODIC) y del Observatorio U. en Políticas Culturales (FHUCE).

Entre otras publicaciones se cuenta el primer y segundo informe "Imaginarios y consumo cultural de los uruguayos" (Achugar et al, Trilce: 2003 y Dominzain et al, CCEE: 2009), "Territorios televisivos" (Cal y Canto: 2004) de autoría propia y recientemente "Cultura en situación de pobreza" (Achugar et al, FHUCE-IMM: 2010).

Actualmente es representante regional de la Association for Cultural Studies (ACS).