

Seminario

Estudios de público, de consumos culturales y de tendencias

Forma parte de la *Especialización Industrias Culturales en la Convergencia Digital* (CONEAU 11.827/15). Se disponen algunos cupos para personas externas, arancel vigente para nacionales: un pago único de \$74.750.- Internacionales, consultar.

-
- Docente: Dra. Ana Wortman
 - 3 encuentros, 18.30 a 21.00 hs
 - Inicia: martes 14 de octubre 2025
 - Modalidad: Presencial / Híbrida
 - Fechas 2025: 14/10, 21/10, 28/10
-

FUNDAMENTACIÓN



Formas de ver, sentir y elegir en la cultura digital

Este seminario propone un análisis crítico y actualizado de los consumos culturales contemporáneos, con foco en las transformaciones que atraviesan las industrias culturales —en particular la música, el cine y el audiovisual— en el marco de la convergencia digital, la virtualización de la cultura y el capitalismo de plataformas. A través de un recorrido teórico y empírico, abordaremos cómo cambian las formas de acceso, los vínculos con los bienes culturales y el sentido mismo del consumo en la era de los algoritmos, los festivales, las redes sociales y las nuevas sensibilidades juveniles.



A lo largo del seminario, se invitará a reflexionar críticamente sobre:

- El pasaje del espectador clásico al viewuser digital
- El gusto en la era de los algoritmos y el omnivorismo cultural
- Los festivales como nuevas formas de experiencia cultural
- La relación entre plataformas, emociones y visualidades
- El rol de YouTube, los youtubers y el surgimiento de escenas musicales como el trap
- El impacto de la globalización, la pandemia y la digitalización en los modos de consumo

El seminario está diseñado como un espacio de pensamiento, análisis e intercambio, orientado a quienes buscan herramientas para comprender y mapear las nuevas lógicas culturales y simbólicas del consumo en el siglo XXI.

Encuentros y contenidos

Encuentro 1 – Del espectador al viewuser



Cosmopolitismo estético, circulación global y consumo digital



¿Cómo se transformó el rol del espectador en la cultura digital?

El modelo moderno de espectador fue desplazado por una figura híbrida: el viewuser, que consume, comenta, produce y comparte contenidos en red.



Temas clave:

- Globalización y mundialización cultural

- Cultura digital y acceso a bienes culturales
- Emociones, visualidades y nuevas prácticas de colección
- Plataformas, consumo acelerado y economía de la atención

📅 Encuentro 2 – Gusto, algoritmos y desigualdad cultural

📍 Entre Bourdieu y Spotify: jerarquías, datos y nuevas distinciones

🎧 ¿Los algoritmos democratizan el gusto o lo predeterminan?

Revisamos la clásica relación entre consumo cultural y estructura social desde nuevas perspectivas, en una era donde el gusto se mezcla con los datos, las emociones y las plataformas.

➔ Temas clave:

- El gusto como construcción social y su transformación digital
- Individualización del consumo y omnivorismo cultural
- Algoritmos, segmentación de audiencias y persistencia de desigualdades
- Streaming, clases sociales emergentes y nuevas formas de distinción

📅 Encuentro 3 – Audiencias, tendencias y nuevas escenas culturales

📍 Investigación, pandemia y plataformas: leer el pulso cultural del presente

📊 ¿Cómo estudiar los consumos culturales hoy?

Nos enfocaremos en herramientas de análisis, investigaciones recientes y datos relevantes para comprender las audiencias contemporáneas y los cambios acelerados en el campo cultural.

➔ Temas clave:

- Métodos cualitativos y cuantitativos para el estudio de públicos
- Estadísticas culturales y estudios de caso
- La post pandemia y sus efectos en el acceso, los hábitos y la producción cultural
- Plataformas como YouTube y fenómenos emergentes: youtubers, booktubers y música urbana

[Inscripción abierta](#)

Consultas: industriasculturales@untref.edu.ar