

	UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO PROGRAMA DE POSGRADO POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES Programa de actividad académica	
---	---	---

Nombre de la asignatura: SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN DOCTORAL: PERSPECTIVAS TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS PARA EL ESTUDIO DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS Y CULTURALES

Nombre del Profesor: Alejandro Mercado, Santiago Battezzati y Michael Spanu

Objetivo general: Revisar la literatura contemporánea sobre los principales enfoques teóricos y metodológicos sobre las industrias creativas y culturales. A partir de los temas de investigación de los alumnos se dialogará con la bibliografía para profundizar en los temas de cada investigación. Esta bibliografía incorporará textos teóricos, metodológicos y empíricos.

Objetivos por unidad:

Bloque 1 Definiciones y debates sobre las Industrias Creativas y Culturales

- Debates en industrias culturales
- Teoría: Autonomía, diversidad y política publica acerca de las industrias culturales
- Industrias culturales e industria de la tecnología en la era digital

Bloque 2 Temas de frontera en el estudio del as Industrias Creativas y Culturales

- Contenido generado por usuarios y presentación del *self* en las industrias culturales
- *Storytelling* e industrias culturales en la era digital
- *Fringes/Mainstream*
- Plataformización:

Bloque III Estudios sobre Streaming y Música

- Música en vivo y medios digitales
- Streaming I: efectos en el consumo
- Streaming II: Cultura alternativa
- Steaming III: Practicas
- Streaming IV: Online Radio

Actualización de la bibliografía:

Bloque 1

- Havens, Timothy, Lotz, Amanda D and Tinic, Serra 2009. "Critical Media Industry Studies: A Research Approach." *Communication Culture & Critique*, 2: 234–53.
- du Gay, P. and Pryke, M. (eds) (2002) *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*, London: Sage.
- Sapiro, G. (2019)."Rethinking the Concept of Autonomy for the Sociology of Symbolic Goods", *Biens symboliques/Symbolic goods*. URL: <https://www.biens->

symboliques.net/334

- O'Brien, D., Allen, K., Friedman, S., & Saha, A. (2017). Producing and Consuming Inequality: A Cultural Sociology of the Cultural Industries. *Cultural Sociology*, 11(3), 271–282. <https://doi.org/10.1177/1749975517712465>
- Bonet, L., & Négrier, E. (2018). The participative turn in cultural policy: Paradigms, models, contexts. *Poetics*, 66, 64-73.
- David Craig, Stuart Cunningham. *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*

Bloque 2

- Papacharissi, Z. (Ed.). (2010). *A networked self: Identity, community, and culture on social network sites*. New York, NY: Routledge.
- *Bastard Culture!: How User Participation Transforms Cultural Production* Mirko Tobias Schäfer (introducción y capítulo 5).
- "Patrons, Curators, Inventors and Thieves: The Storytelling Contest of the Cultural Industries in the Digital Age"
- Jonathan Wheeldon. Palgrave and Macmillan, Hampshire, 2014.
- Advertising as a cultural industry , John Sinclair
- 2n *Routledge Companion to Cultural Industries* (2015)
- Andy Bennett, Ben Green, David Cashman & Natalie Lewondowski (2020) "Researching Regional and Rural Music Scenes: Toward a Critical Understanding of an Under-theorized Issue", *Popular Music and Society*, DOI: 10.1080/03007766.2020.1730647
- Hammou, K. (2016). "Mainstreaming French rap music. Commodification and artistic legitimation of othered cultural goods". *Poetics*, 59, 67-81.
- van Venrooij, A., & Schmutz, V. (2018). "Categorical ambiguity in cultural fields: The effects of genre fuzziness in popular music". *Poetics*, 66, 1-18.
- Youjeong, Oh (2018), *Pop City: Korean Popular Culture and the Selling of Place*. Ithaca U press. library.oapen.org/handle/20.500.12657/25331
- Bonini, T., & Gandini, A. (2019). "First Week Is Editorial, Second Week Is Algorithmic": Platform Gatekeepers and the Platformization of Music Curation. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305119880006>
- Airoidi, M., Beraldo, D., & Gandini, A. (2016). Follow the algorithm: An exploratory investigation of music on YouTube. *Poetics*, 57, 1-13.
- Swords, J. (2017). Crowd-patronage—Intermediaries, geographies and relationships in patronage networks. *Poetics*, 64, 63-73. (ver tambien este mas reciente pero tal vez menos profundo: Regner, T. Crowdfunding a monthly income: an analysis of the membership platform Patreon. *J Cult Econ* (2020). <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09381-5>)

Bloque 3

- Naveed, K., Watanabe, C., & Neittaanmäki, P. (2017). Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry—Lessons from the US experiences. *Technology in Society*, 50, 1-19.
- Johnson, M. R., & Woodcock, J. (2019). "And Today's Top Donator is": How Live Streamers on Twitch.tv Monetize and Gamify Their Broadcasts. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305119881694>
- Christopher Joseph Westgate (2020) "Popular Music Fans and the Value of Concert Tickets", *Popular Music and Society*, 43:1, 57-77, DOI: 10.1080/03007766.2019.1601152
- Ewa Mazierska, Les Gillon, Tony Rigg, *The Future of live music*. Bloomsbury :

<https://www.bloomsbury.com/uk/the-future-of-live-music-9781501355899/>

(chapters 1 & 2)

- Datta, Hannes, George Knox, and Bart J Bronnenberg. 2017. "Changing Their Tune: How Consumers' Adoption of Online Streaming Affects Music Consumption and Discovery." SSRN Electronic Journal, 1–65. doi:10.2139/ssrn.2782911.
 - Luis Aguiar, Joel Waldfogel. 2018. "Platforms, Promotion, and Product Discovery: Evidence From Spotify Playlists," June, 1–44.
 - Jacobson, Kurt, Vidhya Murali, Edward Newett, Brian Whitman, and Romain Yon. 2016. "Music Personalization at Spotify." In, 373–73. New York, New York, USA: ACM Press. Doi:10.1145/2959100.2959120.
 - Sinclair, Gary, and Julie Tinson. 2017. "Psychological Ownership and Music Streaming Consumption." Journal of Business Research 71 (February). Elsevier B.V.: 1–9. doi:10.1016/j.jbusres.2016.10.002.
 - Hesmondhalgh, D., Jones, E., & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as Alternative Music Platforms. Social Media + Society. <https://doi.org/10.1177/2056305119883429>
 - Allington, Daniel and Dueck, Byron and Jordanous, Anna (2015) Networks of Value in Electronic Music : SoundCloud, London, and the Importance of Place. Cultural Trends, 24 (3). pp. 211-222.
 - Hagen, Anja N, and Marika Lüders. 2016. "Social Streaming? Navigating Music as Personal and Social." Convergence: the International Journal of Research Into New Media Technologies 23 (6): 643–59.
 - Morris, Jeremy Wade. 2015. "Control, Curation and Musical Experience in Streaming Music Services," November, 1–18.
 - Nowak, R, and A Whelan. 2016. Networked Music Cultures. Edited by Raphaël Nowak and Andrew Whelan. London: Palgrave Macmillan UK.
 - Xavier Ribes, Belén Monclús, Maria Gutiérrez. Del oyente al radio prosumer: gestión de la participación de la audiencia en la radio del siglo XXI. Trípodos, número 36 | Barcelona 2015 | 55-74
ISSN: 1138-3305
 - Freire, Ariana Moscote. Remediating radio: Audio streaming, music recommendation and the discourse of radioness. Radio Journal:International Studies in Broadcast & Audio Media, Volume 5, Numbers 2-3, July 2008, pp. 97-112(16)
 - Christopher Cwynar. 2016. NPR Music: Remediation, curation, and National Public Radio in the digital convergence era. Media Culture and Society
- Maura Edmond. All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement. new media & society. 2015, Vol. 17(9) 1566–1582

Breve resumen curricular del profesor en 150 palabras.

Alejandro Mercado

Profesor Titular "A" y coordinador del Área de Estudios de la Globalidad en el CISAN-UNAM. Doctor en Planeación Urbana (especialidad en desarrollo regional e internacional) por la University of California Los Angeles. Actualmente es SNI II y Embajador en México de la Regional Studies Association. Su línea de investigación se desarrolla en el campo de los estudios multidisciplinarios sobre industrias creativas y culturales. Sus últimas publicaciones son el libro "Aprendizaje para el mercado global" coeditado con Carmen Bueno, Rebeca de Gortari y María Josefa Santos 2017,. IBERO-UAM. Los artículos "Patrones espaciales del consumo nocturno: el caso la música popular alternativa en la

Ciudad de México". En José Gasca Zamora y Patricia E. Olivera Martínez. Espacios del consumo y el comercio en la ciudad contemporánea, México: IIE-UNAM; "Districts and networks in the digital generation music scene in Mexico City" Area Development and Policy y "Distritos Creativos en la Ciudad de México". Territorios, Revista de estudios urbanos y regionales. Núm. 34 (enero-junio de 2016). Santiago Battezzati Doctor en Antropología Social (UNSAM) y Máster en Escritura Creativa (UNTREF). Actualmente se desempeña como becario posdoctoral en el CISAN-UNAM donde investiga sobre industrias audiovisuales en la era digital, en México y Estados Unidos. Con anterioridad, su investigación doctoral se centró en la producción de obras teatrales en el circuito alternativo de teatro en Buenos Aires, Argentina. Michael Spanu Doctor en Sociología por la Universidad de Lorraine con la tesis titulada "Practices and representations of languages in French popular music : Three case studies on French, English and Occitan". Actualmente se desempeña como becario posdoctoral en el CISAN-UNAM donde investiga sobre el impacto de la entrada de sistemas digitales en la organización de la industria musical, de Quebec, Canadá	
Criterios de evaluación del curso. Presentaciones orales de textos y temas vinculados al tema del seminario (50%) Entrega de un ensayo final en donde se relacione parte de la bibliografía revisada con la tesis doctoral o parte de la misma (50%).	
Opciones de horario para impartir el curso (sujeto a disponibilidad).	
Día: Lunes	Hora: 10:00 – 14:00