

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Área de investigación

Arte y comunicación: la producción social del hecho estético

Hernán Marturet - Javier Pelacoff

1. *Objetivo*

El área de investigación *Arte y comunicación: la producción social del hecho estético* tiene por objetivo el estudio de las condiciones sociales de producción, mediación y recepción de las obras de arte y eventos artísticos, desde un enfoque interdisciplinario en el que se conjugan la estética, la historia del arte, la sociología del arte y los estudios culturales.

2. *Líneas de trabajo*

(i) El “mundo del arte” y las ciencias sociales.

La historia social del arte y la estética sociológica. Los clásicos de las ciencias sociales y la esfera artística: Karl Marx, Max Weber y Georg Simmel. Las lecturas contemporáneas de Raymond Williams y Pierre Bourdieu.

(ii) El “campo artístico”: estructura social y creatividad artística.

La “autonomía” del arte y la producción colectiva del arte. Las dimensiones del hecho artístico: producción, mediación y recepción de la obra de arte. Los “mundos del arte” como redes de cooperación (Howard Becker).

(iii) La comercialización del arte: el mercado artístico

El arte y el sistema del mercado: la obra de arte como mercancía. Del coleccionismo a los museos. Mediaciones e intermediarios culturales: marchantes, galerías, ferias y subastas. El rol del crítico. Gestión cultural y curaduría.

(iv) Los públicos del arte y las variedades del gusto.

El arte y el consumo de las elites. Arte y cultura de masas. La banalización de la obra de arte. El espectáculo como dimensión del hecho estético. La noción de *habitus* y la determinación social del gusto.

- (v) Los paradigmas culturales: realismo, modernismo y posmodernismo.

La noción de “paradigma cultural”. Modernización cultural y diferenciación estética. La noción de “economía cultural”. El espacio urbano modernista y posmodernista. La discusión sobre lo contemporáneo: ¿cuándo es contemporánea una obra de arte?

- (vi) El arte como ideología: arte crítico y arte de propaganda.

El arte como “crítica social”. Análisis de los conceptos contemporáneos de “hegemonía”, “micropolítica”, “estética de la política” y “política de la estética”.

3. *Actividades de extensión universitaria*

(i). Análisis teórico de los temas que conforman las líneas de trabajo antes mencionadas, en base a bibliografía seleccionada y distintas manifestaciones artísticas contemporáneas (*v.gr.*: pinturas e instalaciones, proyectos arquitectónicos y películas).

(ii). Encuentro con artistas.

4. *Investigación*

(i) Producción de *papers*.

(ii) Participación en jornadas, congresos y otros eventos académicos.

(iii) Colaboración con los GIC y con los tesistas que así lo soliciten vinculados a alguno de los temas propuestos en las áreas de estudio.

(iv) Generación de proyectos de investigación en las líneas señaladas y colaboración con las investigaciones en curso.

5. *Equipo*

Hernán Marturet

Doctor en Sociología (2009), Facultad de Ciencias y Económicas, Universidad Católica Argentina (UCA), *Master en Ciencias Sociales con mención en Sociología* (2002), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y *Licenciado en Ciencia Política* (1994), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesor adjunto a cargo del materia *Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo*, carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA); Profesor titular del seminario de posgrado *Arte y vanguardia*, Programa de Estudios Políticos, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO); y Profesor titular del seminario de posgrado *Sociología del Arte*, Especialización en Curaduría de Arte Contemporáneo, Universidad del Salvador. Autor de *Visiones abiertas y cerradas de la modernidad*,

Universidad Libros, Buenos Aires, 2002. Director de la colección de cine y literatura *Contracampo*, Shangrila Textos Aparte, Santander, España.

Javier Pelacoff

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA). Profesor adjunto de *Psicología Social*, Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMDP). Profesor titular de *Teorías de la Comunicación*, Licenciatura en Publicidad (UCES). Profesor asociado a cargo de la materia *Problemas Filosóficos Contemporáneos*, carrera de Ciencias de la Comunicación (UFLO). Jefe de trabajos prácticos de las materias *Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo* y *Psicología y Comunicación*, Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA). Miembro del Comité Editorial de la revista *Sudamérica. Revista de Ciencias Sociales* (Facultad de Humanidades - UNMDP). Ex miembro del consejo editorial de las revistas *Argumentos (II.GG)* y *Sambatión. Estudios Judíos en Latinoamérica*. Expositor invitado por el Centro de Estudios Latinoamericanos de San Diego State University.

6. *Contacto*

arteycomunicacion@outlook.com