Universidad de Buenos Aires
Facultad de Filosofía y Letras

Especialización en Museos, Transmisión Cultural y Manejo de Colecciones Antropológicas e históricas

Economía del Patrimonio Cultural
Seminario Temático (32 horas cátedra)

Profesora:
DIAZ, VALERIA CYNTHIA

Fecha:
2do trimestre 2021

Lugar:
Museo Etnográfico “J.B. Ambrosetti”
Moreno 350, CABA

ECONOMÍA DEL PATRIMONIO CULTURAL

Mag. Valeria Cynthia Diaz

Fundamentación

Abordar la economía del patrimonio cultural en la escena glocal de consumos contemporáneos (Pérez, 2018) implica reconocerla como resultado de los procesos de construcción política, social e histórica donde se negocian, crean y recrean recuerdos, valores y significados culturales (Smith, 2011). En este sentido, las disputas en la configuración de la valuación económica (Wilkis, 2018) del patrimonio cultural se amplifican en las nuevas *activaciones* del dispositivo patrimonial (Prats, 1998) en el contexto de las dinámicas asimétricas de los flujos culturales globales (Segato, 2007). Así, las *activaciones* patrimoniales han asistido a una importante transformación al pasar del nacionalismo político que impulsó el patrimonio colectivo en el s.XIX, al nacionalismo de consumo del s.XXI y la generación de nuevos repertorios patrimoniales para el mercado de bienes simbólicos globales (Santamarina Campos y Del Mármol, 2017).

En este contexto, el dispositivo patrimonial es generador no sólo de distinciones, jerarquías y valores globales, sino también de mercancías emergentes. El reconocimiento de la UNESCO en el año 2003 de lo inmaterial en tanto Patrimonio de la Humanidad¹ ha impulsado la configuración de nuevas identidades urbanas y rurales, como productos turísticos cargados de autenticidad y trascendencia. La creatividad, la evocación de la naturaleza y las tradiciones dotan de un valor añadido a estos productos, que los posiciona en circuitos exclusivos de consumo dentro del mercado global. Estos productos, como parte de las *activaciones* siempre abiertas y en marcha de lo patrimoniable, forman parte de complejas articulaciones transnacionales de producción cultural (Mato, 2003) que se organizan y sostienen en relación a ciertos tipos específicos de representaciones sociales. En este sentido, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)² aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2015, forman parte de las nuevas representaciones en torno a la idea de desarrollo económico, social, ambiental y cultural.

---

¹UNESCO (2012). Textos fundamentales de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de 2003. París: Ed UNESCO

² <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Con los Objetivos de Desarrollo Sostenible como motor principal de las representaciones actuales de la economía del patrimonio cultural, resulta inspirador complejizar las valuaciones económicas de las experiencias patrimoniales regionales, en clave conflictiva de lo local-global (De Sousa Santos y Rodríguez, 2012). Así, la economía del patrimonio cultural se presenta como una arena de disputas en relación a la configuración de nuevas jerarquías, estrategias de visibilidad y reconocimiento de los patrimonios emergentes, en el escenario de los consumos globales actuales.

Objetivos

- ❖ Aportar herramientas teórico-metodológicas para una comprensión crítica de la Economía del Patrimonio Cultural
- ❖ Presentar y discutir de manera colectiva diversas investigaciones contemporáneas que permiten definir nuevos ejes de reflexión a la luz de los interrogantes de nuestro presente
- ❖ Trabajar sobre los proyectos específicos o campos de interés de los estudiantes, a fin potenciar un abordaje teórico-práctico de los contenidos analizados en el seminario

Modalidad de dictado y de evaluación

El seminario se dictará de modo virtual a través de la plataforma de la Secretaría de Posgrado de la Facultad de Filosofía y Letras, desde la cual se ofrecerán las lecturas correspondientes a cada unidad y las consignas para trabajar en cada clase. Para tal fin, en el tiempo sincrónico se le pedirá a cada estudiante que seleccione un texto de la bibliografía para presentar palabras claves y su articulación con sus investigaciones o campo de interés. Para los momentos asincrónicos, se trabajará de manera coordinada a través del espacio de foro, donde los estudiantes analizarán un corpus de casos específicos. La evaluación consistirá en una reflexión personal en torno a un eje problematizador que seleccione el estudiante, desde el cual se articulen los conceptos claves estudiados durante el seminario y una serie de experiencias específicas. Los formatos posibles de entrega son: 1) ensayo periodístico, 2) creación de un podcast, y 3) generación de una campaña visual. Durante la cursada se acompañará al estudiante en el desarrollo paulatino de su trabajo final integrador y se le indicará las particularidades de cada formato.

Requisitos de aprobación

Mantener la regularidad teniendo un porcentaje no menor al 75 % de asistencias, cumplir con las lecturas y las actividades solicitadas en clase, realizar el trabajo final integrador, obtener una calificación mínima de 4 (cuatro) puntos para aprobar el curso

Contenidos

UNIDAD I: La valuación económica de los patrimonios culturales como proceso transnacional en clave glocal

Cultura, economía y patrimonio. La economía del patrimonio cultural como proceso de negociación y disputa de los regímenes de valor. Patrimonio y globalización. Complejos transnacionales de producción cultural. Experiencias patrimoniales, alternativas al desarrollo y globalización contrahegemónica. Desafíos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU en relación al patrimonio cultural.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR CRIADO, E. (2005), Patrimonio y globalización: el recurso de la cultura en las políticas de Desarrollo Europeas, en *Cuadernos de Antropología Social*, N°21. Pp. 51-69.

BALDASARRE, M. y GIANNINI, A. C. (2018), ¿Cuánto vale una obra de arte? Valuaciones artísticas en Buenos Aires a través de las subastas, 2000-2016, en WILKIS, A. *et al.* , El poder de (e)valuar. La producción monetaria de jerarquías sociales, morales y estéticas en la sociedad contemporánea, UNSAM edita, Editorial Universidad del Rosario. Pp. 185-201.

DE SOUSA SANTOS, B. y RODRÍGUEZ, C. (2012), “Para ampliar el canon de producción”, en *Serie de Trabajo N°18 De las dualidades ecológicas*, La Paz: Red Boliviana de Mujeres Transformando la Economía RMTE. Pp. 33- 75.

FUHRMAN, S. I (2010), “Economía y cultura: una compleja relación”, en Moreno (coords), *Artes e Industrias Culturales: debates contemporáneos en Argentina*, Caseros: UNTREF.

GARCÍA CANCLINI, N. (1999) “Los usos sociales del patrimonio cultural”. En Aguilar Criado, E. (Ed.), *Patrimonio etnológico. Nuevas perspectivas de estudio*, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, pp. 16-33.

GUASCH, A. (2008), Los museos y lo museal: el paso de la modernidad a la era de lo global, en *Calle14: revista de investigación en el campo del arte*, vol. 2, núm. 2. Pp. 10-20

MATO, D. (2003), “Actores sociales transnacionales, organizaciones indígenas, antropólogos y otros profesionales en la producción de representación de “cultura y desarrollo”, en Mato (coords), *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*, Caracas: FACES-UCV- Pp. 331-354.

NIÑO MORALES, S. (2010), Las economías de las experiencias. En el mercado de la experiencia sensible, en *CALLE14*, Vol. 4, N°5. Pp. 99- 104

SMITH, L. (2011) “El “Espejo patrimonial”. ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples?”, *Antípoda*, N° 12, Bogotá, 262 pp. 39-63.

PALMA, L. y AGUADO, L. (2010), Economía de la Cultura. Una nueva área de especialización de la economía” En: *Revista de Economía Institucional*, vol. 12, no 22, Primer Semestre.

PRATS, L. (1997), *Antropología y patrimonio*, Barcelona, Ariel, Barcelona (Cap. 2)

YÚDICE, G. (2002) “El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global. Barcelona: Editorial Gedisa. Pp. 23-55.

Estudio de CASOS

CAMPUZANO, G., ABALO, K. y RODRIGUEZ BATISTA, A. (2015-2016), El museo travesti del Perú, en *Nerter* 25-26. Pp. 43-53.

HOJMAN, A. S. (2020), Un territorio querandí entre urbanizaciones privadas. Moralidades en pugna en la localidad de Punta Canal (Partido de Tigre-Provincia de Buenos Aires, 2010-2015), en *Etnografías Contemporáneas*, año 6, N° 10. Ppp. 8-37.

DIAZ V. (2019). Disputas y negociaciones en torno al binomio Artesanía-Diseño en emprendimientos de producción artesanal de comunidades originarias y diseño de indumentaria local. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

RECA, M. M; CANZANI, A. I, y DOMÍNGUEZ, M. L. (2019), Colecciones etnográficas y sus potencialidades educativas: una experiencia de activación patrimonial, en *MIDAS* 10. Pp. 1-18

RODRÍGUEZ, E. M. (2013), “Cuando los muertos se vuelven objetos y las memorias bienes intangibles: tensiones entre las leyes patrimoniales y derechos de los pueblos indígenas”, en Crespo et al, *Tramas de la diversidad: patrimonio y pueblos originarios*, Buenos Aires; Antropofagia. Pp. 67-99.

Bibliografía complementaria

SEGATO, R. (2007), “Identidades políticas/ Alteridades históricas: una crítica a las certezas del pluralismo global, en Segato, R., *La Nación y sus otros. Raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de políticas de la Identidad*, Buenos Aires, Prometeo. Pp. 37-69.

LORENTE, J. P (2015), Estrategias museográficas actuales relacionadas con la museología crítica, en *Complutum*, Vol. 26 (2). Pp- 111-120

MARCOS PÉREZ, J. (2018), Más acá del consumo: glocalización, en *Bajo palabra. II Época*, N°18. Pp. 255-270.

VILLARREAL, M. (2014), Regimes of value in Mexican Household Financial Practices, en *Current Anthropology*, V. 55, supplement 9. Pp. 530- 539.

WILKIS, A. (2018) , “El poder de (e)valuar” en Wilkis *et al.*, *El poder de (e)valuar. La producción monetaria de jerarquías sociales, morales y estéticas en la sociedad contemporánea*, UNSAM edita, Editorial Universidad del Rosario. Pp. 9-26

UNIDAD II: El patrimonio cultural como recurso turístico: entre la ciudades creativas y los pueblos con encanto

Patrimonio cultural, turismo y desarrollo local. Marketing de la autenticidad, la trascendencia y la creatividad. La configuración de “Pueblos con encanto” y “Ciudades creativas” como motor de las economías. Problemáticas en torno al desarrollo sostenible regional y el patrimonio cultural.

Bibliografía

AMENDOLA, G. (2000) “La ciudad como museo viviente”. en Amendola, *La ciudad posmoderna. Magia y miedo en las metrópolis contemporáneas*. Madrid: Celeste Ediciones.

SANTAMARINA CAMPOS, B. y DEL MÁRMOL, C. (2017), Ciudades creativas y pueblos con encanto: los nuevos procesos patrimoniales del siglo XXI, en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, Vol. LXXII, N°2. Pp. 359-377.

SANTAMARINA CAMPOS, B. y DEL MÁRMOL, C. (2020), “Para algo que era nuestro... ahora es de todo la humanidad”; el patrimonio mundial como expresión de conflictos, en *Chungara Revista de Antropología Chilena*, Volumen 52, N° 1. Pp. 161-173.

DE AZEREDO GRÜNEWALD, R. (2002), Artes turísticas e autenticidad cultural, en *Veredas*, revista científica de turismo, N°1. Pp. 7- 21

LOURÉS SEOANE, M. L. (2001), Del concepto de “monumento histórico” al de patrimonio cultural”, en *Ciencias Sociales*, Vol I, N° 94. Universidad de Costa Rica. Pp. 141-150.

SANTANA TALAVERA, A. (2003), Patrimonios culturales y turistas. Unos ven lo que otros miran, *Pasos*, Vol 1, N°. Pp. 1-12.

THOMASZ, A. (2015), Los nuevos distritos creativos de la ciudad de Buenos Aires: la conversación del barrio de La Boca en el “Distrito de las Artes, en *EURE*, Vol 42, N° 126. Pp. 145-160.

Estudio de CASOS

CRUZ, P. (2009), Abarcas campesinas y momias for export. Identidad, cultura y negocio en el Salar de Uyuni (Bolivia), en: Bárbara Manasse y Patricia Arenas (comp.), *Arqueología, tierras y territorios: conflictos e intereses*, San Miguel del Tucumán. Pp. 111-142.

PINASI, A. (2018), Conflictos en torno al patrimonio cultural de Ingeniero White (Bahía Blanca, Argentina), en *Cuadernos de Antropología Social* /48. Pp. 91-110

TOSELLI, C. (2019), Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina, en *Pasos*, Vol. 17 N.o 2. Pp. 343-361.

SEDA DEL MONTE: <https://www.sedasilvestre.com/>

SOTO, D., BALANZÓ, A., HERRERA, B. ,ORDOÑEZ, G.; VARGAS, J., MARRUGO, L. y PÉREZ, M. (2009), “San Basilio de Palenque, Colombia: cultura presente, territorio ausente”, en RANABOLDO, C y SCHEJTMAN eds. *El valor del patrimonio cultural: territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas*, Lima: IEP, RIMISP. Pp. 141- 165

UNIDAD III. La economía del patrimonio cultural: métodos y estrategias posibles en un mundo inestable

Análisis, valoración y sostenibilidad económica de museos y organizaciones culturales. Estudios de públicos: tipos, técnicas, y modelos. Problematización del “no público” como potencial impulsor de la renovación de la praxis museística y patrimonial. Procesos de profesionalización de los actores involucrados en el desarrollo de los estudios de públicos. El marketing cultural desde una museología crítica como estrategia de posicionamiento en el mercado de bienes simbólicos locales.

Bibliografía

A.A.V.V. (2020), Los museos y la pandemia, en *Revista digital de la Universidad de Guanajuato*.

ANTEQUERA, F., Los estudios de público como herramientas para analizar la relación entre sociedad y patrimonio: el caso del Museo [arqueológico] del Área Fundacional de Mendoza, Argentina, en *Intervención*, Año 4. Núm. 8. Pp. 13-25.

BLANCA DE LA TORRE y KRISTINE GUZMÁN (2020), “Museos en acción: sostenibilidad en modos y medios”, en MARTINELL (coord.) *et al. Cultura y Desarrollo Sostenible. Aportaciones al debate sobre la dimensión cultural de la Agenda 2030*, Madrid: REDS. Pp. 46-57

CARMONA, A. (2006), La importancia de los estudios de públicos en la gestión de museo, en *CULTURA*, Lima (Perú) 22. Pp. 205-226.

CASTELLANOS *et al.* (2017), *Volumen II. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica*, Ciudad de México: ENCRyM publicaciones. (selección de capítulos: 2, 7, 9, 10, 11 y 12)

DELGADO, C. (2012), El museo de arte y el no-público. El problema de los estereotipos, en *Revista colombiana de sociología*, Vol.35, N°2.

HERNÁNDEZ, E. (2016), Financiación de la cultura y de las organizaciones culturales: un análisis de los determinantes de las donaciones y el mecenazgo en museos, *International Conference on Regional Science*. Disponible en: <https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Santiago2016/htdocs/pdf/p1774.pdf>

NOGUER, E. y SÁENZ, A. (2018), Los estudios de público como herramientas de gestión de los museos: el caso del Museo Picasso de Barcelona, en *International Journal of Scientific Management and Tourism* 4-1. Pp 333-348.

MENA GARCÍA, E. (2017), Estrategias publicitarias en escenarios culturales, en *Correspondencias & Análisis*, N° 7. Pp- 63-77.

MOLINA NEIRA, A. (2017), La incorporación de la cultura y el patrimonio en el desarrollo sostenible: desafíos y posibilidades, en *Humanidades*, vol. 8, núm. 1.

MONISTROL, R. (2009), Evolución y aplicación del marketing cultural en los museos, en *Bid*, N°23.

SANGUINETTI, M. y GARRÉ, F. (2001), Estudio de Público: herramienta fundamental para el desarrollo de un proyecto de marketing de museos, en *Biblios*, vol. 3, núm. 10.

SUCHARCZUK, E. (2015), *Herramientas y estrategias de marketing para el desarrollo de audiencia en museos de arte Ciudad Autónoma de Buenos Aires*, tesis de maestría de la Carrera Maestría en Administración de Organizaciones del Sector Cultural y Creativo orientación Patrimonio y Artes Visuales, Facultad de Ciencias Económica (UBA)

PANOZZO ZENERE, A. (2019). Los visitantes en los museos de arte argentinos: consideraciones a partir de los estudios de visitantes/públicos, en *Calle 14: revista de investigación en el campo del arte* 14(25), pp. 58-71.

WORTMAN, A. y BAYARDO, R. (2012) Estudios recientes sobre consumos culturales en Argentina, en: *Alteridades* no 44, pp. 11-21, Universidad Autónoma Metropolitana, México. Pp. 11-21

Estudio de CASOS

RODRÍGUEZ BLANCO, S. (10/11/2020), ¿Hay futuro para los museos tras la pandemia?, en Revista *GATOPARDO*.

SEPÚLVEDA, M. (14/06/2020), El legado de la pandemia: los museos discuten una nueva materialidad para sus exhibiciones, TELAM

Videos

El porvenir de los museos de arte y las nuevas utopías (Ana Longoni)

https://www.youtube.com/watch?v=XNYWx9w_msO&t=4430s

El arte del día después: los museos buscan cómo sobrevivir a la crisis

<https://www.youtube.com/watch?v=qV6YGENyKHM>

Reapertura del Museo Nacional de Antropología

<https://www.youtube.com/watch?v=rMbAtkJT5cc>

Museos ¿Cómo conectar en la pandemia? (Podcast de la Universidad Nacional de Córdoba)

<https://www.youtube.com/watch?v=4iy5IWtqOjQ>

Inauguración “Randa Testigo”, muestra virtual organizada por el Museo Nacional del Traje (MNT).

<https://www.youtube.com/watch?v=TwMDfhcfWLU>

Bibliografía complementaria

Encuesta Nacional de cultura. Caracterización de las personas y organizaciones de la cultura (SINCA). Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=58>

IBERMUSEOS (2019), Marco Conceptual Común en Sostenibilidad de las instituciones y procesos museísticos iberoamericanos.

Disponible en:

<http://www.iber museos.org/wp-content/uploads/2019/10/marco-conceptual-comun-sostenibilidad-iber museos.pdf>

Medición del impacto del Covid-19 en las industrias culturales (SINCA, Ministerio de cultura de la Nación). Disponible en: <https://www.sinca.gob.ar/VerNoticia.aspx?Id=64>