

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
MAESTRÍA Y ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN CULTURAL

LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Profesor: Julio Villarino

Profesor invitado: Juan Manuel Zanabia

Cuatrimestre: 2º 2024

Carga horaria: 32 hs. (2 créditos).

Objetivos**General**

Desarrollar y proveer herramientas conceptuales y metodológicas para abordar el fenómeno de las industrias culturales

Específicos

- Ofrecer una visión global y actualizada sobre el desarrollo de las industrias culturales, enfatizando la relación entre las nuevas tecnologías y actores, los procesos económicos subyacentes y las redefiniciones conceptuales (creatividad).
- Proporcionar las principales herramientas metodológicas para el análisis de las industrias culturales (indicadores, marcos de medición económica, mapeos).
- Brindar conocimientos sobre las industrias culturales en distintas escalas de análisis: internacional, regional, nacional y local.
- Compartir un diagnóstico del impacto de la pandemia a partir de datos e indicadores.
- Aportar elementos conceptuales y casos de estudio para analizar el vínculo entre la industria cultural y el desarrollo urbano.

Justificación

La idea de una industria de la cultura ha sufrido un derrotero y cambio semántico significativo desde hace más de setenta años. Theodor Adorno y Max Horkheimer en el libro “Dialéctica de la Ilustración” (1994) comenzaron a utilizar el concepto de “industria cultural” a mediados de la década de 1940, refiriéndose a las técnicas de reproducción en serie de las obras culturales. En la mirada de estos autores el concepto tenía una connotación negativa, relacionado con la desnaturalización del arte y la manipulación de las masas. Esta idea perduró varias décadas y recién en los años setenta y ochenta comienzan a concebirse como un tipo particular de actividad que promueve el desarrollo económico, particularmente en diferentes estudios e

investigaciones en los Estados Unidos e Inglaterra.

Entre fines de 1990 y principios de siglo se establece un nuevo marco conceptual emparentado a la idea de industria cultural, pero focalizado en la importancia del talento y la creatividad humana como propulsores del desarrollo económico. Este enfoque se centró en los vínculos entre la cultura, la innovación y el cambio tecnológico. Nace así la idea de “industria creativa” que agrupa a las industrias culturales convencionales y las artes, pero también el diseño, el desarrollo de software, la publicidad e incluso la gastronomía.

Las ideas basadas en el cambio tecnológico, la innovación y la creatividad se institucionalizaron en agencias y políticas públicas en países anglosajones como Australia y el Reino Unido. Con el tiempo fueron impactando también, en organismos internacionales con una mirada históricamente relacionada con el campo cultural, como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) o la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI). Estos organismos absorbieron el aporte de la idea de creatividad y de las nuevas tecnologías en el campo cultural, utilizando a partir de los últimos años el concepto de industrias culturales y creativas (ICC) de manera conjunta e indistinta.

Si bien este marco conceptual incorpora a las actividades culturales como parte significativa de las industrias creativas, el concepto en sí mismo encierra un deslizamiento de sentido que erosiona la especificidad de la cultura o de las culturas en términos de identidad y valores asociados a un territorio. A su vez, da cuenta del impacto digital sobre el proceso de creación y de las tensiones que ocurren en el mercado mundial de productos y servicios culturales.

En la última década del siglo pasado, la apertura económica del sector cultural, particularmente en los bienes y servicios audiovisuales, promovida en la Organización Mundial de Comercio, generó una serie de reacciones de algunos países y de organismos internacionales. Esta respuesta provino de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Dicho organismo elaboró en el año 2001 la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural y unos años más tarde, en 2005, la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Estos documentos supusieron un cuestionamiento al libre comercio de productos y servicios culturales, favoreciendo la posición de las naciones que sostenían el principio de la “excepcionalidad cultural” con el objetivo de proteger sus industrias culturales. De esta manera, los diferentes posicionamientos moldearon el diseño de las políticas culturales que adoptaron los diferentes países, así como también en la conformación de las políticas comunes en los bloques de integración regional.

En la actualidad, las industrias culturales se relacionan con el impacto de las nuevas tecnologías (convergencia tecnológica) e internet que favorecen una mayor interdependencia y libre circulación de contenidos, pero también con una mayor concentración de la producción en pocos actores globales. Las regulaciones y la

gobernanza de la cultura, se enfrentan así, a nuevos desafíos que se plantean para la preservación de la diversidad y el intercambio cultural.

El trasfondo de estas discusiones es la creciente importancia que tienen las industrias culturales y creativas en la economía mundial. Según el reporte “Creative Economy Outlook and Country Profiles” (UNCTAD, 2015), el comercio internacional de estos bienes y servicios mostró un crecimiento sostenido entre 2002 y 2015, alcanzando los USD 509 mil millones en 2015, mientras que en 2002 el valor marcaba USD 208 mil millones, es decir, creció más del doble en poco más de una década. En la Argentina, la economía cultural alcanza el 2,4% del PBI (SInCA, 2021).

Asimismo, las ICC comenzaron a ser consideradas no sólo como un sector económico destacado a nivel global, regional o nacional, sino también como fuente de crecimiento y renovación de las ciudades. Nuevas políticas públicas para la planificación urbana comenzaron a ser ensayadas durante los últimos 20 o 30 años. Sostenidas en los aportes académicos de autores como Richard Florida (2002) las ICC se transformaron en actividades relevantes para la agenda local. Este autor presumió el advenimiento de un nuevo orden urbano en el cual la cultura y la creatividad tendrían un rol fundamental en la superación de la crisis de la ciudad industrial.

Las ICC tuvieron un lugar preponderante como propulsores de la renovación urbanística de áreas centrales y portuarias en diferentes ciudades del mundo. En muchos casos, se produjo un rápido proceso de reconversión social y funcional, frenando la degradación y tugurización de estos espacios en crisis, pero en base a una expulsión de los antiguos habitantes, es decir, generando un indeseado (o no) proceso de gentrificación.

El concepto de ICC, todavía en transformación, ha implicado nuevas herramientas de políticas públicas con el objetivo de fomentar la cultura, así como el desarrollo económico en general, y particularmente, a escala local. Los vínculos entre cultura, innovación, cambio tecnológico y reestructuración urbana registrados en diferentes regiones y ciudades del mundo, dan cuenta de este proceso.

Contenidos

UNIDAD 1: Las industrias culturales (y creativas)

Las industrias culturales y creativas, discusión conceptual y adaptaciones operativas en la comunidad internacional. Desarrollos por parte de los organismos internacionales (UNESCO; UNCTAD; OEI; BID). Comercio, cultura y creatividad. ¿La cultura es una mercancía más? Libre comercio vs excepcionalidad cultural. La cultura en la era de las tecnologías de la información y la comunicación: creatividad e innovación. Incorporación de nuevos sectores: diseño, software, publicidad. Convergencia tecnológica y concentración económica. Plataformas y cultura.

Bibliografía obligatoria

- Baladrón, M. y Rivero, E. (2017). La regulación de las plataformas OTT audiovisuales: un modelo para armar. *Revista Fibra*. [DESCARGA](#)
- Gómez, G. (2005). *Amenazas y oportunidades para la diversidad cultural: La CMSI entre la OMC y UNESCO*. Instituto del Tercer Mundo. [DESCARGA](#)
- Mastrini, G. y Luchetti, K. (2012). La cultura no es una mercancía más: dinámicas globales del mercado comunicacional en tiempos de la digitalización. *En la Ruta Digital. Cultura, convergencia tecnológica y acceso*. pp. 86-100. [DESCARGA](#).
- Villarino, J. y Zanabria, J. M. (2018). *Diagnóstico Cuanti cualitativo de la Economía Creativa en Paraguay*. Asunción: Centro de Integración y Recursos para el Desarrollo. [DESCARGA](#). Ver Capítulo 1, pp. 11-21.

Bibliografía complementaria

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta. [DESCARGA](#)
- Benavente, J.M. y Grazi, M. (2017). *Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. [DESCARGA](#)
- Buitrago Restrepo, P. F.; Duque Márquez, I. (2013). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. [DESCARGA](#)
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2015). Concentración y convergencia de medios en América Latina. *Revista Ensamblés*, 2 (3), pp. 64-83. [DESCARGA](#)
- Organización de Estados Iberoamericanos (2016). *Estudio comparativo de cultura y desarrollo en Iberoamérica. Estado de las políticas públicas y aportes para el fortalecimiento de las economías creativas y culturales*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [DESCARGA](#)
- UNESCO/CERLALC (2002). *Cultura, comercio y globalización. preguntas y respuestas*. París: UNESCO. [DESCARGA](#)
- UNESCO (2005). ~~Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales~~. París. [DESCARGA](#)
- UNESCO (2017). ~~Re shaping cultural policies~~. *Advancing creativity for development 2018*. París: UNESCO. [DESCARGA](#)

UNIDAD 2: Marcos metodológicos de medición.

El surgimiento y consolidación de los marcos metodológicos para la medición de las ICC. Valor económico de la cultura, su contribución al PBI. La implementación de diferentes marcos de medición económica a nivel internacional: el Marco Estadístico de la Unesco, el Convenio Andrés Bello y el Marco Europeo de Estadísticas de Cultura de EUROSTAT. La función pluridimensional de la cultura en los procesos nacionales de desarrollo y su relación con los objetivos de desarrollo sostenible: los indicadores de cultura para el desarrollo. La cuenta satélite de cultura en Argentina. Comportamiento económico de las ICC: elasticidad y transición digital.

Bibliografía obligatoria:

Fuertes, M.; Badillo, Á. (2016). La dificultad de medir la cultura y la diversidad. Comparación de tres modelos internacionales de medición cultural: MEC-2009, ESSnet- 2012 y CAB-2015. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 21, pp. 63-95. [DESCARGA](#)

Sistema de Información Cultural de la Argentina (septiembre, 2021). El valor económico de la cultura VAB 2020. *Coyuntura Cultural*, 13 (36). [DESCARGA](#)

UNESCO (2014). *Indicadores de Cultura para el desarrollo. Manual metodológico*. París: Unesco. [DESCARGA](#).

Bibliografía complementaria:

Eurostat (2016). *Culture statistics*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. [DESCARGA](#)

Instituto de Estadísticas UNESCO (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO*. Montreal: UNESCO. [DESCARGA](#)

Organización del Convenio Andrés Bello (2015). *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*. Bogotá: Convenio Andrés Bello. [DESCARGA](#)

UNIDAD 3: Las industrias culturales y creativas en el comercio y la integración económica a nivel internacional

Comercio de bienes y servicios culturales y creativos: flujos, magnitudes, direcciones. Dificultades en la regulación y medición de servicios culturales. Bloques de integración regional: el Mercosur, instituciones y programas de promoción de las industrias culturales (RECAM, SICSUR, MICSUR); la Unión Europea como modelo de aplicación de los principios de la Convención de Diversidad Cultural de UNESCO, integración y protección cultural; la conformación del NAFTA y su impacto en las industrias culturales, divergencia de posiciones y arreglos heterogéneos; y el caso de ASEAN, diversidad cultural y patrimonio vs. tecnología multimedia.

Bibliografía obligatoria

Becerril Atienza, B. (2017). La Unión Europea ante el desafío de la diversidad cultural. La implementación de la Convención de la UNESCO en la Unión Europea, diez años tras su entrada en vigor. *La contribución de la UE a los grandes desafíos de la sociedad internacional*. 57 pp. 69-100. [DESCARGA](#)

Galperín, H. (1999): Cultural Industries Policy in Regional Trade Agreements: The Case of NAFTA, the European Union and MERCOSUR. *Media, Culture, & Society*, 24 (1). [DESCARGA](#)

Secretaría Técnica del Mercosur Cultural. *Actas Presidencia Pro-Tempore Marzo 2019*. [DESCARGA](#)

The ASEAN Secretariat (2016). *Strategic Plan for Culture and Arts 2016-2025*. Jakarta, Indonesia. [DESCARGA](#)

UNCTAD (2015). *Creative Economy Outlook and Country Profiles. Trends in international trade in creative industries*. UNCTAD. [DESCARGA](#)

Bibliografía complementaria:

Comisión Europea (2018): *Informe de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo. Evaluación intermedia del Programa Europa Creativa (2014-2020)*. [DESCARGA](#)

Consejo Mercado Común (2015). *Mercosur/CMC/Acta n° 02/14 XLVII Reunión ordinaria del Consejo del Mercado Común. Apéndice II Mercosur/CMC/dec. N° 22/14. Estructura orgánica y reglamento interno del Mercosur cultural*. [DESCARGA](#)

Gómez, Rodrigo (2015): *Communication industries in North America 20 years after Free Trade Agreement: Media policy, regulatory bodies and concentration*, *The International Communication Gazette*, 78 (3), pp. 177-199. [DESCARGA](#)

SICSUR (2012). *Los Estados de la Cultura*. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes. [DESCARGA](#). Ver Capítulo 1.4 Institucionalidad cultural a nivel mundial, pp. 45-55.

UNIDAD 4: Las industrias culturales en Argentina.

Comportamiento y dinámicas sectoriales: cine, TV, editorial, diarios y revistas, música en vivo y grabada, teatro. Concentración económica y geográfica de las industrias culturales. Digitalización y nuevos actores. Consumos culturales: hábito, digitalización, segmentación (desigualdad) y dispersión geográfica. La fragmentación socio cultural en las grandes ciudades. Institucionalidad cultural: gasto público, descentralización - desconcentración del Estado Nacional y federalismo.

Bibliografía obligatoria

Mastrini, G. y Krakowiak, F. (2021). *Netflix en Argentina: expansión acelerada y producción local escasa*. *Comunicación y Sociedad*. [DESCARGA](#)

Sistema de Información Cultural de la Argentina (junio, 2021). *Datos sectoriales 2020. Coyuntura Cultural*, 13 (35). [DESCARGA](#)

Villarino, J. y Bercovich, F. (2014) *Atlas Cultural de la Argentina*. Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) - Secretaría de Cultura de la Nación. [DESCARGA](#)

Bibliografía complementaria

Lerman, G. y Villarino, J. (2011). *Cambios geográficos y económicos en el consumo de cine*. *Indicadores Culturales 2010 – Cuadernos de Políticas Culturales*, Universidad Nacional de Tres de Febrero, EDUNTREF. [DESCARGA](#)

Villarino, J. (2009). *Cultura, territorios y desigualdad social*. *Indicadores Culturales 2009* Universidad Nacional de Tres de Febrero, EDUNTREF. [DESCARGA](#)

UNIDAD 5: El impacto del COVID-19 en las industrias culturales.

Recorrido por los principales números del impacto de la pandemia sobre las industrias culturales y creativas. Impacto desigual sobre los sectores analógicos y digitales. Diferencias entre sectores. Respuestas de los Estados. Datos e indicadores en Argentina, Latinoamérica y a nivel mundial.

Bibliografía obligatoria

Sistema de Información Cultural de la Argentina (2021). *El impacto del COVID-19 en las industrias culturales*. Ministerio de Cultura de la Nación. [DESCARGA](#)

UNESCO (2021). Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19: panorama del impacto económico. [DESCARGA](#)

UNIDAD 6: Geografía de las industrias culturales y creativas

Un cambio de paradigma y escala: transformación del campo de la cultura ocurrido a partir de la idea de creatividad. Las industrias culturales y creativas como instrumentos para el desarrollo económico regional y local. La identificación de *clusters* y economías de aglomeración. Indicadores cuantitativos y mapeo de las ICC. La ciudad y la clase creativa. La creación de los distritos culturales y creativos: desarrollo económico y renovación urbana. Arte y mercado inmobiliario. Desposesión simbólica y material. Desplazamiento y gentrificación.

Bibliografía obligatoria

De Propriis, L., Chapain, C., Cooke, P., MacNeill, S. and Mateos-Garcia, J. (2009). *The geography of creativity*. Interim report, (August). NESTA. [DESCARGA](#)

Florida, R. (2002). Bohemia and economic geography. *Journal of Economic Geography* 2. pp. 55-71. [DESCARGA](#)

Gretel Thomasz, A. (2017). Etnografía de un proceso de resemantización simbólico: del barrio de La Boca a Distrito de las Artes. *QUID 16*, (7), pp. 67-93. [DESCARGA](#)

Marcús, Juliana y Zarlenga, Matías (2014). La cultura como estrategia de transformación urbana. Un análisis crítico de las ciudades de Barcelona y Buenos Aires. *XI Congreso Argentino de Antropología Social*, Rosario. [DESCARGA](#)

Villarino, J. (2021). La cultura como instrumento de renovación urbana en la Ciudad de Buenos Aires. *Revista URBE*. [DESCARGA](#)

Bibliografía complementaria

BOP Consultores e Instituto Coreano de Investigación sobre Asentamientos Humanos (2020). *Las industrias culturales y creativas en la revitalización urbana*. Guía

práctica. Banco Interamericano de Desarrollo.

Florida, R.L. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, NY: Basic Books.

Grodach, C. (2016). *C. Arts, gentrification and planning for creativity*. Carolina Planning Journal : Volume 41. pp.22-29.

Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. London: Earthscan.

Mateos Garcia, J. and Bakhshi, H. (2016). *The Geography of Creativity in the UK. Creative clusters, creative people and creative networks*. Creative economy & culture, (July). NESTA. [DESCARGA](#)

Villarino, J. y Zanabria, J. M. (2018). *Diagnóstico Cuanti cualitativo de la Economía Creativa en Paraguay*. Asunción: Centro de Integración y Recursos para el Desarrollo. [DESCARGA](#)

Forma de evaluación y aprobación

La aprobación de la materia requiere un cumplimiento en el nivel de asistencia del 75% y la realización de un trabajo final. El mismo deberá ser aprobado con nota superior a 4 (cuatro) hasta 10 (diez).