



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LAS ARTES MAESTRÍA EN CULTURA PÚBLICA

ASIGNATURA: Economía y Valor de la Cultura Pública

DOCENTES: Natalia Calcagno y Gerardo Sánchez Katz

ENCUADRE GENERAL O FUNDAMENTACIÓN

La imbricación entre cultura, economía y regulación pública muestra una trayectoria poco vasta en la academia. Algunos modelos teóricos de crecimiento postulan a la cultura como una variable explicativa relevante dentro del desarrollo económico. Asimismo, desde los estudios culturales se suele mencionar la dimensión económica de algún sector cultural, y se avanzó recientemente en la medición de su aporte en términos económicos y de generación de empleo. No obstante, la relación entre economía y cultura, el análisis desde la teoría y la conceptualización económica del sector cultural, como sector productivo que es, no muestra una tradición académica profusa, y por ello se vuelve más importante rescatar los avances y estudios existentes y profundizar en la temática.

Así, la reciente propagación de trabajos que profundizan en las particularidades del sector cultural en tanto sector económico, muestra que existen elementos para pensar, caracterizar y conformar al campo de la Economía de la Cultura como un ámbito que requiere para sí un tratamiento propio y específico que profundice sus estudios considerando tanto su dimensión teórica como empírica.

La importancia que ha adquirido el sector cultural en términos de aporte al producto bruto interno de los países y los efectos directos e indirectos en materia de generación de empleo, sumado a las particularidades propias sectoriales y las diversas fuentes de financiamiento necesarias para solventar la cultura, hacen necesario establecer un marco económico para la gestión y administración cultural tanto pública como privada. En este sentido, la información estadística del sector, organizada a través de indicadores culturales sugeridos por UNESCO y desarrollados localmente, brinda las herramientas para comprender el alcance de la economía de la cultura y el impacto de las industrias culturales en la economía argentina

A su vez, las recientes innovaciones tecnológicas que implicó la convergencia digital muestran un impacto inconmensurable en el sector cultural. Los modos de creación, producción, distribución, difusión y apropiación de contenidos culturales, las cadenas de valor y la distribución del ingreso cultural, se están transformando de manera radical a partir de la digitalización, en un proceso que todavía no finaliza. Por ello, es importante cerrar el curso con el abordaje en particular del fenómeno, para así mensurar el impacto y reflexionar sobre estas nuevas formas de generación de valor y creación cultural.

OBJETIVOS

• Objetivo General



El objetivo general de la materia es el de realizar una introducción a la relación existente entre la economía y la cultura; indagando a través de las relaciones que distintos pensadores del campo de la economía -y disciplinas afines- han encontrado con la cultura tanto en términos históricos como desde su versión actual.

• **Objetivos Específicos**

Los objetivos específicos de la materia son:

- Exponer y estructurar el campo de análisis de las diversas temáticas relevantes tratadas por el campo de la Economía de la Cultura.
- Caracterizar las particularidades del sector cultural respecto a otras actividades económicas y mensurar su importancia relativa en la totalidad de la economía, así como sus efectos directos o indirectos en términos de generación de empleo.
- Presentar y analizar las distintas herramientas metodológicas, indicadores y estadísticas disponibles del sector cultural de manera de poder caracterizar el sector cultural en distintos países.
- Dar cuenta de la situación actual del sector cultural en América Latina y en Argentina considerando sus diversas actividades y componentes sectoriales: la industria editorial, industria audiovisual, industria fonográfica, etc.
- Reflexionar en particular sobre el fenómeno de la convergencia digital para conocer el impacto cuanti – cualitativo que ha tenido sobre las formas de creación, distribución y acceso a los contenidos culturales.

CONTENIDOS

La materia se encuentra estructurada en tres ejes centrales. Cada uno de ellos, a su vez, posee diversas unidades temáticas que responden a los contenidos concretos de la materia. El primero de los ejes refiere al recorte del campo de la Economía de la Cultura, dando cuenta principalmente de los conceptos teóricos fundamentales involucrados, y el desarrollo de base metodológica para la comprensión del sector cultural tanto en Argentina como en otros países. El segundo de los ejes se centra específicamente en el análisis concreto del sector cultural desde la perspectiva de su rol e importancia relativa dentro del sistema de cuentas nacionales, así como el examen de experiencias y temáticas particulares de índole sectorial. A su vez, se exploran las diversas bases metodológicas y sistemas de información, considerando los indicadores y estadísticas relevantes para el análisis y exploración de las diversas estructuras y configuraciones a nivel nacional y sectorial.

Por último, el tercer eje, se concentra en los cambios ocurridos a partir de la convergencia digital. Sobre esta “revolución tecnológica” se trabaja, primero, en alguna conceptualización teórica, que permita entender las nuevas formas de circulación de contenidos que implica la digitalización y su impacto tanto en términos económicos como culturales. Posteriormente, se analizan datos que de encuestas de consumos culturales y otras estadísticas que permitan mensurar el impacto de la digitalización.



Eje 1. Configuración y estructuración del campo de la Economía de la Cultura

Unidad 1. El objeto de estudio de la Economía de la Cultura y sus conceptos

fundamentales

Presentación de la materia, modalidad de trabajo y evaluación. Antecedentes históricos de la economía de la cultura, conceptos básicos; objeto de estudio, estructuración y dimensionamiento del campo. El rol de la cultura en el crecimiento y desarrollo económico. Las Industrias culturales y la economía creativa. Perspectivas e instrumentos de análisis. Cadenas de valor. La gestión cultural y las herramientas para la toma de decisiones.

Bibliografía obligatoria

Zallo, R (2007) *La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio*. En ZER, Revista de Estudios de Comunicación, Vol. 12, Núm 22, ISSN: 1137-1102.

Bibliografía ampliatoria

Bonnet, L (2004) La Economía de la Cultura como disciplina contemporánea. En “Economía de la cultura”. Elia, Carlos M.M. y Schargorodsky, Héctor (comp..)
Frey, Bruno (1994), La Economía del Arte. Colección Estudios Económicos. Cap 1 y 2.
Palma, Luis y Aguado, Luis (2010), Economía de la cultura. Una nueva especialización de la economía. Revista de Economía Institucional, vol 12, N° 22. Primer semestre.
Querejazu, P (2004) La exploración de las relaciones entre economía y cultura. En “Economía de la cultura”. Elia, Carlos M.M. y Schargorodsky, Héctor (comp..)
Benhamou, F (2009) Economía y Cultura. En “Un encuentro no casual: cultura, ciencias económicas y derecho”.

Unidad 2. La economía de la cultura. Las industrias creativas. Conceptualizaciones acerca del objeto de estudio desde una mirada estrictamente económica o desde la perspectiva de derechos.

Las definiciones del campo de estudio se explican por la perspectiva del investigador. Así, puede hacerse un recorrido histórico de los conceptos de industrias culturales, industrias creativas, economía del conocimiento, de la propiedad intelectual, etc., que permiten encontrar posiciones políticas respecto al rol de la cultura, el mercado y el Estado tras cada concepto. Hay miradas más economicistas, apoyadas en el objetivo de incrementar la producción y el empleo, y otras, que desde la mirada de la cultura pública, explican al sector con una perspectiva de derechos.

Bibliografía obligatoria

FLORIDA, Richard (2010). **La clase creativa: la transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI**. Grupo Planeta (GBS), 2010.

Argentina productiva: economía del conocimiento. Informe del Ministerio de Producción de la Nación.2019. <https://biblioteca.produccion.gob.ar/document/download/536>



Bibliografía ampliatoria

UNESCO (2010) Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas.

Disponible: <http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>

UNCTAD (2010) Economía Creativa. Una opción factible de Desarrollo. PNUD. Disponible en: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

Eje 2. Caracterización económica de la cultura: PBI, comercio exterior, empleo cultural y gasto de gobierno.

Unidad 3. El Valor agregado y el empleo cultural. Definiciones, metodología y números.

La medición económica del sector cultural. Cuenta satélite de cultura. Definiciones, conceptos, metodología. Análisis de datos de PBI cultural y comercio exterior cultural. La dimensión económica del empleo cultural. Tipos de empleo, definiciones, datos

Bibliografía obligatoria

INDEC (2018) Cuenta satélite de cultura. Metodología de estimación del valor agregado bruto, comercio exterior, generación del ingreso y consumo privado cultural. Metodología INDEC N° 25, agosto de 2018. ISSN 0326-6222.

Coyuntura Cultural – SInCA – Año 11 Nro. 26 “El valor económico de la cultura”

Coyuntura Cultural – SInCA – Año 11 Nro. 28 “Empleo privado cultural y generación del ingreso cultural”

Bibliografía ampliatoria

UNESCO (2013) Informe sobre economía creativa. Ampliar los causes del Desarrollo Local. Disponible en: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>

Heilbrun, J. (2003) La enfermedad de los costes de Baumol. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R. (comp.) Trimarchi, M. (2003) El análisis principal-agente. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R (comp.)

Abbing, H (2003) El apoyo a los artistas. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R (comp.) Benhamou, F (2003) Los mercados de trabajo de los artistas. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R (comp.) Rushton, M (2003) La libertad artística. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R (comp.)

Unidad 4. Oferta económica del sector cultural: exportaciones e importaciones y su problemática.

Contenidos

Comercio exterior de bienes y servicios culturales. El pase a servicios de la economía cultural en general. La situación del audiovisual, el caso de la TV y los servicios de música. Los libros como bien cultural tangible. Artes visuales y derechos de artes escénicas: escasa información para dimensionar el fenómeno.

Bibliografía obligatoria



Coyuntura Cultural – SInCA – Año 11 Nro. 27 “El comercio exterior de bienes y servicios culturales”

Bibliografía ampliatoria

Throsby, D (2007) La situación económica cambiante de los artistas del espectáculo. En “Economía de las artes del Espectáculo”.

SICSUR, Sistema de Información Cultural del Mercosur (2008) **Nosotros y los Otros: el comercio exterior de bienes culturales en América del Sur**. Secretaría de Cultura de la Nación, Argentina
.Ministerio del Poder Popular para la Cultura, República Bolivariana de Venezuela.

Unidad 5. El sector público. La institucionalidad cultural y las miradas de la cultura pública a la hora de pensar el Estado.

La mirada pública respecto a la cultura también se puede historizar y entenderse en función de los diferentes paradigmas de política cultural y económica que organiza el sistema de gestión pública. En ese sentido, es interesante, desde la economía de la cultura, analizar la incorporación de programas de Industrias Culturales/creativas en la política de los países de la región sudamericana. En función de ello es posible identificar perfiles de la gestión pública por países de la región que luego servirán para analizar y explicar la dinámica de los presupuestos públicos en cultura.

Bibliografía obligatoria

SICSUR (2012) **Los Estados de la Cultura. Estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR**. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Santiago de Chile.

Bibliografía ampliatoria

OEA. **OEA Cultura**. (s.f.). Consultado en 2015, de <https://www.oas.org/es/temas/cultura.asp>

OEI. (s.f.). **OEI Cultura**. Consultado en 2015, de <http://www.oei.es/cultura.php>

Unidad 6. El gasto público en cultura. Análisis de fuentes, destinos y tipo de institucionalidad cultural.

La información que provee la cuenta satélite de cultura permite analizar en profundidad el gasto público en cultura. Así, se puede recorrer el tipo de gasto, la ejecución monetaria, las fuentes de ingreso y el tipo de organismo que ejecuta esos fondos. Gasto de gobierno.

Definiciones y análisis presupuestario. La distribución de ingresos

Bibliografía obligatoria

Coyuntura Cultural – SInCA – Año 11 Nro. 29 “Gasto y empleo público cultural”.

Bibliografía ampliatoria

Rapetti, S. (2004) El problema del financiamiento de la cultura. En “Economía de la cultura”. Elia, Carlos M.M. y Schargorodsky, Héctor (comp.)



Towse, R (comp.) Seaman, B (2003) El impacto económico de la cultura. En “Manual de Economía de la Cultura” Towse, R (comp.)

Eje 3. La cultura en la convergencia digital

Unidad 7. Aspectos teóricos y conceptuales de la convergencia digital

El capitalismo de plataformas. Las nuevas formas económicas de apropiación del ingreso. Nuevos actores, nuevos circuitos económicos.

Bibliografía obligatoria

Sánchez Katz, G M. Kuntz y F. Catalano (2019) “Nuevos escenarios de consumo. La demanda de bienes y servicios digitales”

Srnicek, N. (2018) Capitalismo de Plataformas. Buenos Aires: Caja Negra.

Calcagno, N.; Rosetti, M. y Sánchez Katz, G. (2020), “La cultura de la cama al living”, El cohete a la luna. URL: http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE_792_151-168__A11B0C4F6C74891BDA1BF049B79D894B.pdf

Bibliografía ampliatoria

Schargarodsky, H (2007) Productividad en los teatros de Buenos Aires. En “Economía de las artes del Espectáculo”.

Unidad 8. El impacto de la convergencia digital en la cultura. Una mirada desde la demanda: las encuestas de consumos culturales.

En convergencia digital, análisis de nuevos perfiles, características y formas de apropiación en el sector de la música grabada y en vivo, editorial (libros, revistas y diarios) y audiovisual (cine, series, televisión). Consumos culturales, hábitos, frecuencias, soportes y vínculos por sector. Audiovisual, editorial, música, artes escénicas y patrimonio. Análisis en particular de los consumos culturales en lo jóvenes, las diferencias de género y la población mayor de 65 años. Problemáticas específicas y comunes, aspectos destacados, propuestas a la hora de pensar nuevas formas de acceso a los contenidos de manera plural, diversa y democrática.

Bibliografía obligatoria

Informes de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017, elaborados por el SiNCA: “Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017 Los Consumos Culturales en la Era Digital” – “Los jóvenes y los consumos culturales” – “Mujeres y cultura: acceso y participación”. Todos disponibles en la web: <https://www.sinca.gob.ar/Encuestas.aspx>
Visualizador datos ENCC 2017 Micrositio de datos de la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017 disponible en: <https://encuestadeconsumo.sinca.gob.ar/>

Bibliografía ampliatoria

Estudio de Juventud Argentina 2018 (INJUVE). Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/instituto-nacional-de-juventud/estudiodejuventudargentina>



Las relaciones de los Jóvenes en la era de las redes (el Observatorio de Consumo Joven de la Universidad de Palermo) Disponible en:

https://www.palermo.edu/dyc/consumo_joven/informe-2.html

EVALUACIÓN

Se realizará una evaluación al finalizar la cursada. La consigna es que el/la alumno/a analice económicamente un determinado subsector cultural u organización cultural de interés. El tratamiento de dicho subsector deberá integrar alguno(s) de los contenidos teóricos de la materia y examinar críticamente alguna de las referencias bibliográficas y/o estadísticas propuestas a lo largo de la materia.

La presentación puede hacerse como trabajo monográfico o en una presentación oral el último día de cursada. El trabajo tiene como finalidad que el/la alumno/a reflexione, desarrolle y fundamente los criterios adoptados para la resolución sobre la base de combinar los contenidos de la materia, sus temáticas de interés y su práctica profesional (si es que la tuviera).