

Programa Curso de Extensión:

Aproximación a la Industria del Arte en Buenos Aires

Brindado por:
Lucía Rud

Presentación:

Economía y cultura usualmente son vistas como esferas diferenciadas y opuestas del conocimiento y de la actividad humana. Y sin embargo, están intrínsecamente ligadas. Desde la aparición de Dialéctica del Iluminismo de Theodor Adorno y Max Horkheimer en la década del cuarenta, y luego con el libro *The Economics of the Arts* de Mark Blaug y la publicación *Journal of Cultural Economics* en 1976, la cultura empezó a pensarse también como una industria. Como tal, genera puestos de trabajo, empleos a partir de los cuales se crean objetos a comercializar (bienes intangibles y simbólicos) que son consumidos por espectadores, lectores y oyentes.

En las últimas décadas, tanto investigadores como entidades gubernamentales y supragubernamentales (OEI, Unesco), han pensado la cultura como recurso para el desarrollo, también en sus aspectos económicos y materiales. Para los futuros gestores culturales, los conceptos, debates e instituciones de la Economía de la Cultura, resultan recursos fundamentales para el desarrollo de su práctica profesional.

Objetivos Generales:

- Comprender los elementos básicos de la Economía de la Cultura, sus antecedentes históricos, su aplicabilidad a nivel regional y nacional, en instituciones públicas y privadas.

Objetivos Específicos

- Conocer e interpretar los conceptos de Industrias Culturales, Industrias Creativas e Industrias del Entretenimiento.
- Conocer las diferentes instituciones públicas a cargo la cultura en la Argentina, Mercosur e internacionales.
- Leer críticamente los textos sobre Economía de la Cultura. Comprender los debates y puntos de vista entre autores, posiciones entre países, etc..
- Entender y analizar contextos de producción, distribución y exhibición de las obras de arte.

Contenidos:

Clase 1:

Producción, circulación y consumo cultural en las sociedades contemporáneas. La elasticidad del consumo cultural. Industrias culturales, industrias creativas e industrias del entretenimiento. Rol del sector público y privado. El principio de diversidad (excepción) cultural y de hegemonía cultural. Las posiciones de Estados Unidos y de Francia-Canadá en el comercio cultural internacional. El Estado nacional y la cultura.

Clase 2:

El comercio exterior cultural. Producto Bruto Interno cultural. Estadísticas Culturales de la UNESCO. La Cuenta Satélite de Cultura. Recursos digitales: Sistema de Información Cultural de la Argentina: SInCA. Otras plataformas: Plataforma Europea EvoCH (Economic Value of Cultural Heritage).

Clase 3:

Los mercados y festivales como ventana de compra y venta de productos culturales. MICA (Mercado de Industrias Culturales Argentinas).

Clase 4:

La producción, distribución y exhibición de cine en la Argentina. El rol del INCAA. El cine como industria industrializante (Octavio Getino). Contextos regionales internacionales: Mercosur Cultural, Ibermedia, Motion Picture Association (MPA). Concentración del mercado. Crecimiento productivo y desarrollo productivo de la industria cinematográfica argentina.

Bibliografía:

Ava, Pablo. Las industrias culturales argentinas y su inserción en el comercio internacional, Informe final, BID, UNESCO. Buenos Aires: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio internacional y Culto de la República Argentina, 2006.

Calcagno, Natalia (2010). "El comercio exterior de bienes y servicios culturales en Argentina", en Indicadores culturales 2009, p. 18-25.

Getino, Octavio; Schargorodsky, Héctor. El cine argentino en los mercados externos. Introducción a una problemática económica y cultural. Observatorio cultural/Posgrado en administración de artes del espectáculo: Buenos Aires, 2008.

Martel, Frédéric. Cultura Mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas. Buenos Aires: Taurus, 2014.

Puente, Stella. Industrias culturales y políticas de Estado. Buenos Aires: Prometeo, 2007.

Rud, Lucía. “Aproximaciones conceptuales y situacionales. La industria cinematográfica nacional en sus aspectos político-económico y sociocultural”, en La exhibición cinematográfica en el circuito comercial de Buenos Aires (1997-2008). El cine nacional en los multiplexes: nuevas relaciones entre ciudad, oferta cultural y políticas culturales. Tesis de doctorado de la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2016.