

# 1.- CULTURA E INDUSTRIAS CULTURALES

1.1 Cultura-Comunicación: definiciones,  
interrelaciones 1.2. Naturaleza económica.

1.3 Cultura e I.C.: Tipologías. Sectores

# LA CULTURA: Definiciones

## Ambivalencia (I)

- **definiciones muy diversas: desde la lingüística, la antropología, la psicología, la sociología...**
- **definiciones extensas (ideas, hábitos sociales) o restrictivas (alta cultura = bellas artes)**
- **“conjunto de información no hereditaria, acumulada, conservada y transmitida por las múltiples colectividades de la sociedad humana”** *(Lotman)*
- **“memoria colectiva que hace posible la comunicación entre los miembros de una colectividad históricamente ubicada”** *(A. Mattelart)*

# LA CULTURA: Definiciones

## Modernidad (II)

- **concepciones operativas: cultura ligada al ocio, inscrita en soportes materiales, objeto de intercambios comerciales**
- **vinculada siempre con la comunicación (la cultura como proceso de comunicación, la comunicación como manifestación de la cultura).**
- **transformada profundamente por la mercantilización, la industrialización, la expansión del tiempo libre, el consumo masivo, la privatización del ocio...**

## Investigación Cultura : Años 70

- Investigación científica: fines 60-años 70
- Economía: Baumol y Bowen
- Sociología: Pierre Bourdieu
- Cultura estricta: actividad especializada, producción-difusión de contenidos simbólicos, para el ocio

# Industrias Culturales: Concepto

- Origen: Años 40-50. Escuela de Frankfurt. Adorno, Horkheimer (Industria Cultural)
- Walter Benjamin: Fin del Aura: Optimismo
- Años 70: Estudios empíricos, por sectores: Económicos, Sociológicos
- Expansión Internacional: Congreso Unesco-Montreal: 1982, México: 1982
- Teoría Crítica de las I.C.: 40 años

# SECTORES CULTURALES

## Dos grandes ramas

### \* TRADICIONALES:

- **productos únicos (no reproducibles)**
- **no industrializables**
- **pero mercantilizados**
- **con dinámicas diversas:**
  - artes plásticas (pintura, escultura, museos),**
  - espectáculos en vivo (teatro, danza, conciertos musicales, deportes)**
  - **patrimonio artístico**

### • INDUSTRIAS CULTURALES:

- basadas también en creaciones únicas**
- pero reproducibles indefinidamente**
- **industrializables (estandarización)**
- dos grandes clases: productos editoriales y cultura de flujo**

# LAS INDUSTRIAS CULTURALES:

## Definiciones iniciales (I)

**\* “Cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en lugar de perseguir una finalidad de desarrollo cultural” (A. Girard. UNESCO)**

©  
E  
n  
r  
i  
q  
u  
e  
  
B  
u  
s  
t  
a  
m  
a  
n  
t  
e

**\* “Hoy las mercancías culturales son como las otras, un campo nuevo para la extensión de los valores de cambio, para la extorsión de plusvalía, su acumulación y su reproducción ampliada. Abren (...) sobre una cultura concreta, la cultura mercantil” (A. Huet)**

# LAS INDUSTRIAS CULTURALES:

## Definiciones operativas(II)

- **“Conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”**

*(R. Zallo)*

**\*“Conjunto de actividades(...) que concurren económica y tecnológicamente a la producción y / o a la puesta a disposición de un bien o un servicio cultural”**

*(N. Coste-Cerdam / M. Minon)*



# SECTORES CULTURALES

## Características Comunes

- ✳ **Centrados en el trabajo humano (creación)**
- **Y en sus funciones simbólicas (ideología)**
- **Con prácticas individuales pero sociales**
- **Con alta incertidumbre del consumidor**
- **Consumo determinado por factores sociales**
- **Y por efectos de “distinción” (capital cultural)**
- **Conectados por hileras industriales y comerciales**

# SECTORES CULTURALES

## E interrelaciones

- complementarios - competitivos (tiempo-dinero)
- relaciones creativas y productivas: Hileras:
  - \* conciertos → industria discográfica → radio
  - videoclips → tv
  - \* cine → video → tv
- relaciones comerciales
- Integración de ventanas:
  - libro – multimedia – base de datos
  - prensa – multimedia – edición electrónica
  - disco – tv temática – audio de pago- Internet
  - cine – video – tv de pago – tv abierta- Internet

# LAS INDUSTRIAS CULTURALES:

## Polos (I)

- **Dos grandes modelos históricamente determinados (lógicas tecno-económicas):**
- **PRODUCTOS EDITORIALES: libro, disco, cine**
  - **productos aislados - de alto riesgo unitario**
  - **de larga vida comercial - pagados por consumidor**
  - **-legitimados culturalmente**
- **CULTURA DE FLUJO (aluvión, oleada) radio y TV**
  - **productos insertos en un flujo (programación)**
  - **servidos en continuidad (tiempo – espacio)**
  - **con menor riesgo - con mayor caducidad de su valor**
  - **financiados indirectamente (publicidad)**
- **- situados entre la economía, la política, la cultura.**

# LAS INDUSTRIAS CULTURALES:

## Polos (II)

- Aunque hay productos híbridos entre ambos Modelos:
  - - **la prensa diaria**
  - - **productos clásicos (fascículos, catálogos...)**
  - - **productos y servicios nuevos (TV de pago)**
- Numerosos en la Era Digital

## La versión USA: *Entertainment*

H. Vogel: *A guide for financial analysis*

“Algo que entretiene, divierte, ocupa la atención agradablemente”

\*Para el ocio (*leisure time*)

\*Todo *business*

\*Sin papel social

\*Sin especificidad

\*Sin Políticas públicas

Cultura+I.Culturales+  
juguetes,  
lotería, deportes,  
parques, juegos

# Nuevas, viejas modas

- **Industrias del ocio (SGAE)**
- **Industrias del copyright (WIPO, OCDE)**
- **Hipersector de la información y la comunicación**
- **Industrias de contenido (digitales)**  
(con telecom + informática)
- Servicios inmateriales, intangibles** (con telebanca, comercio electrónico, turismo..)

# La nueva ola: I. Creativas

- Australia 94: Creative Task Force
  - Tony Blair 97: Creative Mapping Document
  - Expansión: Alemania, Dinamarca, Holanda...
  - U.E. 2006: Economía de la Cult y la Creat  
(3 círculos concéntricos)
- \*I.Creativas: Cultura en sectores no cult.

# UNCTAD 08: Creative Economy

- \*Todos los países son creativos
- \*Clases, empresarios, ciudades, clusters...C
- \*Clave del Desarrollo mundial
- \*Los más : China, Canadá, México ; ; ;
- \*Sectores C: Cultura , I.Culturales
- + Diseño,+*software*+joyería+arquitectura..
- \*El futuro creativo: igualitario,limpio
- \***Falta SOLO: Tecnología + Capital**



# Industrias Creativas: Discusión

## Ventajas:

- Peso económico
- Educación cultural
- Estadísticas culturales
- Políticas Culturales
- Más cooperación?
- Y la publicidad?
- Y el Diseño ?

## Amenazas:

- Economicismo
- Sin papel social
- Sin servicio Público
- Ministerios Economía
- Universidad: I+D+I
- Exportación