

**Convención 2005 de
UNESCO para la
diversidad de las
expresiones culturales:
Una herramienta para
el sector cultural
latinoamericano**

FORMA CIÓN

En línea

**Del 6 al 28 de
Noviembre de
2020**



in cooperation with the
German Commission for UNESCO





SESIÓN 4: La Convención, las artes vivas y las industrias culturales y creativas

Con Sandra Velásquez

Desde que ciudad te conectas

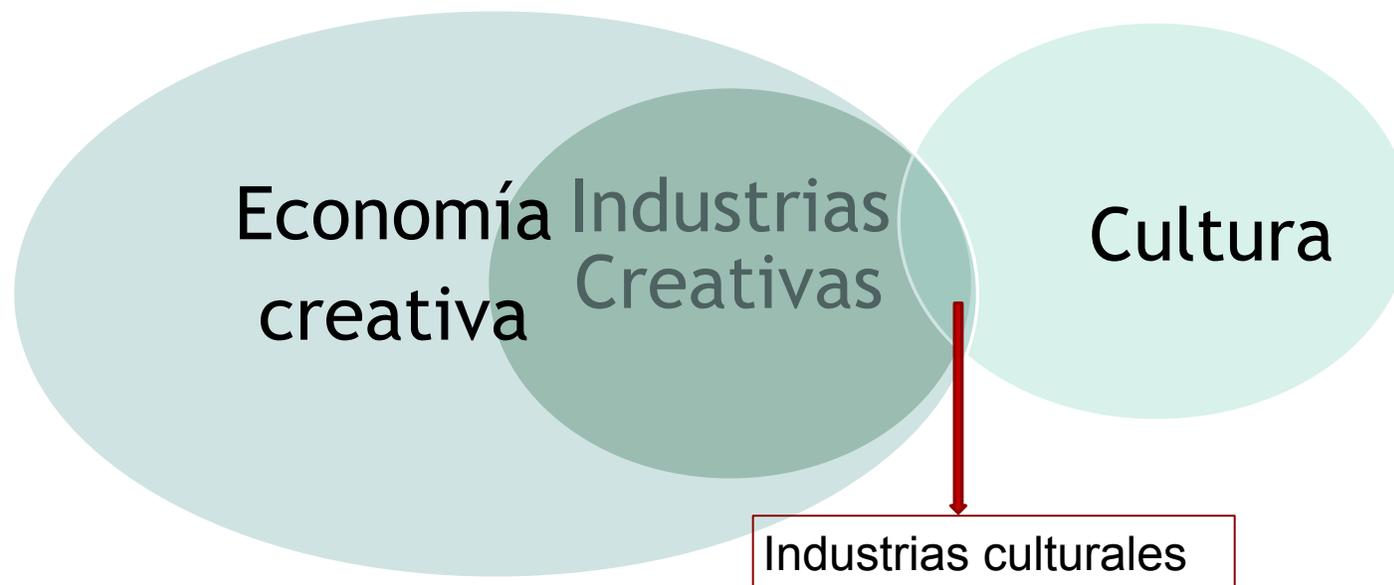
<https://answergarden.ch/1541590>

Diferentes denominaciones para comprender

- ***Industria Cultural:** Singular. Escuela de Frankfurt (crítica a producción en serie) Diferenciación entre arte y divertimento, producción en masa y uso económico de esos bienes culturales, alienación del receptor, manipulación de contenidos desde el poder. Diferentes conceptos , diferentes clasificaciones
- ***Industrias culturales:** UNESCO retoma concepto pero con una dimensión frente a identidad, patrimonio, desarrollo y derechos de autor. Plural. Sectores: radio, cine, tv, editorial, fonográfica, publicaciones periódicas, espectáculo.
- ***Industrias del entretenimiento:** Posición de EU para restar el carácter de contenido simbólico y facilitar las negociaciones internacionales de libre comercio. Ampliación de sectores.
- ***Industrias creativas:** Australia e Inglaterra en 90´ s Industrias basadas en creatividad que tienen relación con derechos de propiedad intelectual. Tienen la posibilidad de crear riqueza y puestos de trabajo. Otros sectores. Publicidad, diseño, juegos, videojuegos, artesanías, arquitectura, software.
- ***Economía Naranja:** Conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.
- ***Industrias de contenido:** Relación entre contenidos y tecnologías digitales

Relación entre economía y cultura

Fuente: Pavluts Daniels (2005)



Características bienes y servicios culturales

- Relación entre economía y cultura. Producen bienes y servicios simbólicos y de valor \$
- Incertidumbre una constante. Rentabilizar éxitos para cubrir fracasos. Star System
- Producción en serie, en el caso de productos
- Son contenidos intangibles sobre soportes tangibles o que se evidencian en experiencias.
- Trabajadores creativos que se preocupan por su producto
- La innovación es una exigencia. Los tiempos de vida son claves. Rotación, catálogos y novedades son variables fundamentales.

Características bienes y servicios culturales

- Los productos ofrecen rentas posteriores en ocasiones más importantes que la primera edición del producto.
- Creaciones sujeto de derecho de autor, denominación de origen, propiedad intelectual.
- Productores: Majors-indies. Multinacionales e independientes (Emprendedores).
- Demanda incierta.
- Formal: Requieren de trabajos especializados. Informal: Multitareas. Do It yourself.
- La experiencia en el consumo es diferente así sea una modificación del producto (película en cine y en Netflix).
- Hay diferentes tipos de consumidores, unos más pasivos y otros que dirigen el consumo.

Proceso de producción

Análogo: Costos, masivo, local. Bienes - stock

Creación -Producción –Distribución- Comercialización-Consumo

Digital: Gratuidad, nicho, global. Servicios. Sobre medida, a la carta

Majors: Culturales - Indies: Creativas

- Muchos negocios/Único negocio
- Alcance internacional/ alcance regional o nacional
- Distribuidor/ Pocas veces distribuidor
- Rentabilizar éxitos/mayor exploración y diversidad
- Especialización en negocio/Aprendizaje sobre el negocio

Producción Independiente

-Autoproducción, como tarjeta de presentación: El creador hace su producción de manera informal, como una necesidad para la visibilidad, para participar en las actividades del sector cultural. Mayor conocimiento de la expresión, cuidado de los contenidos, poco conocimiento del negocio.

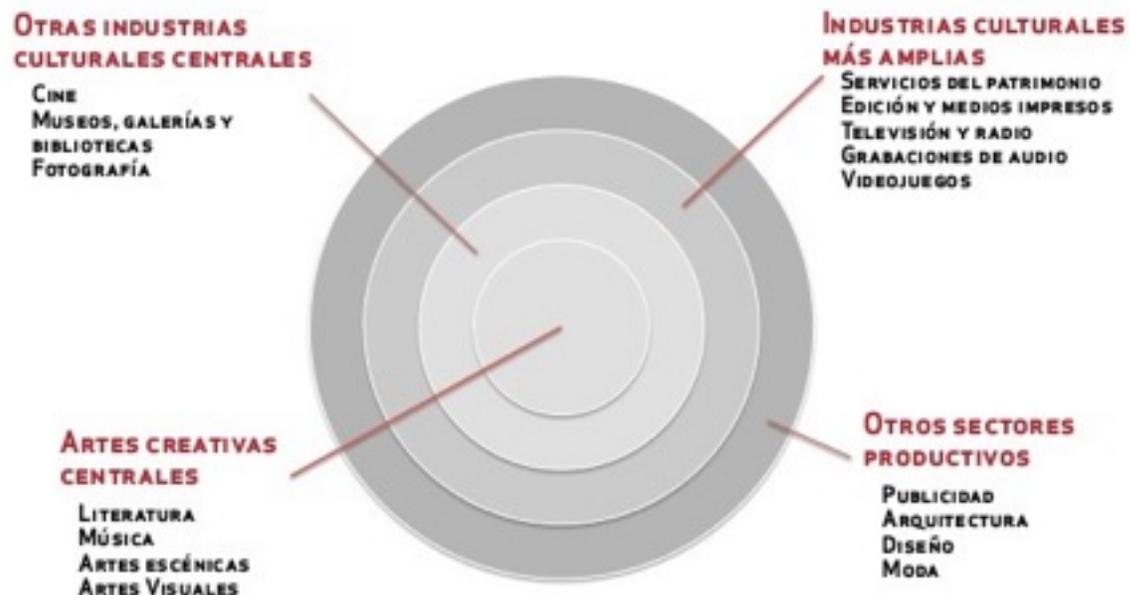
-Producción objetivo: Diversas organizaciones producen contenidos culturales. Objetivo posicionamiento de marca, memoria de un festival, celebración de una organización. Se responde al objetivo.

-Producción Negocio: Personas que conocen el negocio porque participaron en él, apoyan a otros tipos de producción. Balance entre negocio y contenido

Clasificación

CEYES

MODELO DE CÍRCULOS CONCÉNTRICOS (DAVID THROSBY)



Tomado de: <https://www.slideshare.net/consejodelacultura/seminario-cultural-y-economia-2012-presentacin-ministro-de-cultura-luciano-cruzcoke-15505698/9>

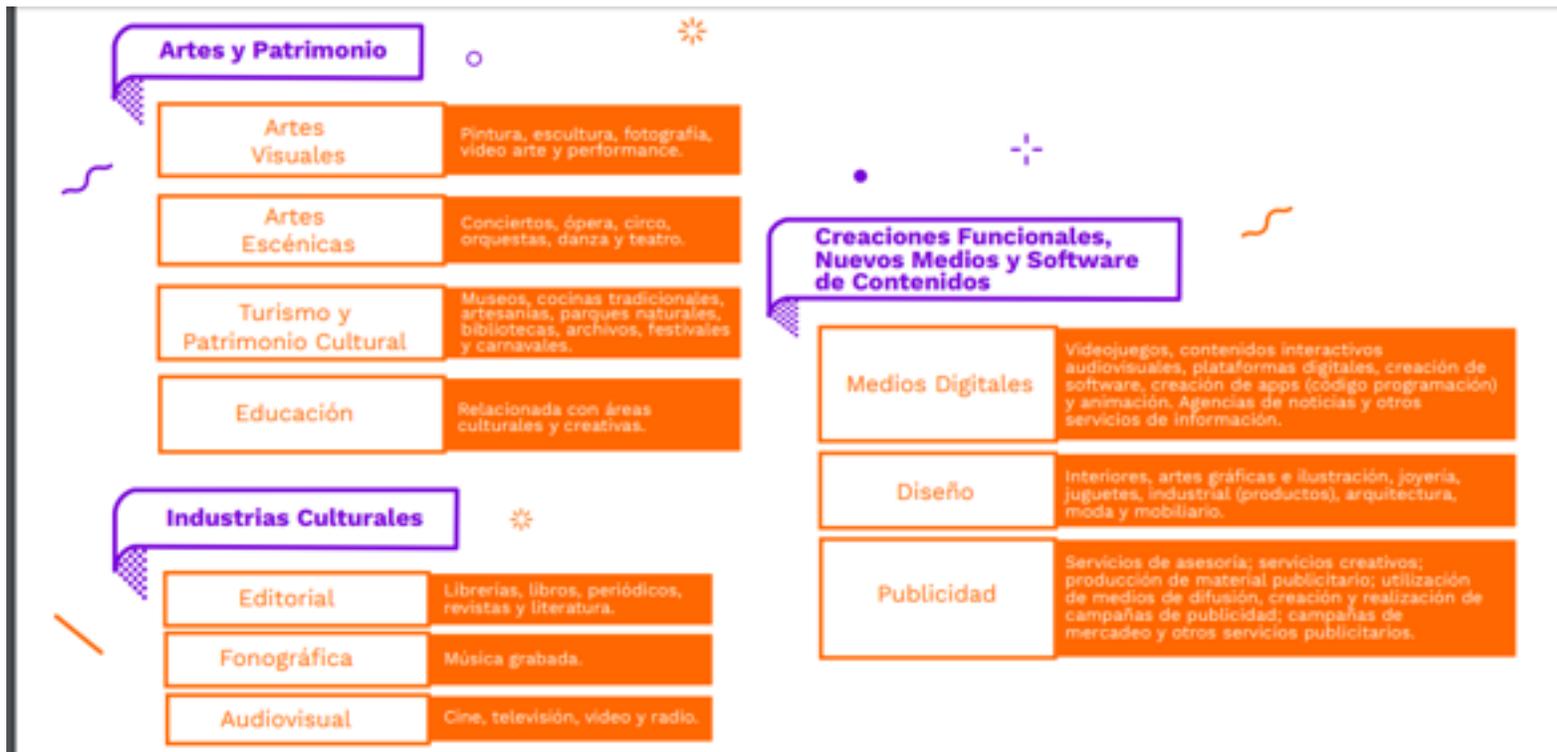
Clasificación



FUENTE: UNCTAD

Tomado de:
<https://culturayeconomia.org/blog/las-industrias-culturales-concepto-clasificacion/>

Clasificación



Tomado de:
<https://culturayeconomia.org/blog/las-industrias-culturales-concepto-clasificacion/>

Contexto latinoamericano en el marco de la Convención



Fuente: <https://www.facebook.com/MunicipalidadVillaHuidobro/photos/12-de-octubre-d%C3%ADa-de-la-diversidad-cultural-no-se-trata-de-tener-derecho-a-ser-ig/1275545779263019/>

Una mirada a la postura de los autores

Jesus Martin Barbero. Desterritorialización e hibridaciones en América Latina se traducen en entrada y salida de la modernidad, es así como la industria cultural y las comunicaciones masivas generan nuevos procesos de producción y circulación de la cultura. Van más allá de innovaciones tecnológica tienen relación con nuevas formas de sensibilidad, de disfrute y apropiación. Evidencias nuevas formas de sociabilidad con que la gente enfrenta la heterogeneidad simbólica y la inabarcabilidad de la ciudad.

Javier Esteinou. Grandes transformaciones de las últimas décadas; revolución e infraestructura tecnológica, modificación de realidades extracomunicativas en el seno de las comunidades, enorme poder tecnológico-cultural que los medios conquistaron sobre la sociedad, organización de sectores empresariales eficientes, normatividad débil y anacrónica en el terreno comunicativo y debilitamiento de posición rectora del estado

Una mirada a la postura de los autores

Néstor García Canclini: EL campo de la cultura popular no se limita a lo manual, lo tradicional y las relaciones íntimas de las pequeñas comunidades, al ver cómo se entremezcla con las comunicaciones y las otras formas modernas de vida urbana

Eduardo Nivón: La diversidad responde menos a estructuras sociales rígidas que a condiciones contextuales, las cuales determinan que los sujetos decidan que rutas les son útiles para expresar su diferencia. Por lo mismo las políticas sobre la diversidad exigen atención a esos contextos y la construcción de instituciones democráticas para la solución de los conflictos que se derivan de ellos.

Latinoamérica territorio de diversidad

“Nuestra producción artística y creativa en Latinoamérica es amplia, rica y diversa. Sin embargo nuestro reto está en lograr mayor circulación y demanda” (Hernández, Redondo y Ospina, 2018)

Confluencia de culturas de diferentes orígenes: indígenas, afro, migrantes europeos, asiáticos, gitanos.

Diversidad lingüística: lenguas indígenas, lenguas de las comunidades afro, romaní, creole, guaraní, español, portugués....

Saberes ancestrales y prácticas tradicionales

Expresiones artísticas diversas que van desde retos creativos, pasando por el activismo y al aprovechamiento del arte para la mediación social en situaciones de conflicto y vulnerabilidad.

Latinoamérica territorio de diversidad

Medios de comunicación: comunitarios, alternativos, públicos, privados.

Industrias culturales: nacionales y multinacionales

Diferentes tamaños de organizaciones culturales y sociales: colectivos, empresas privadas, organizaciones públicas, ong.

Latinoamérica es una región heterogénea, en su escala de producción, formas de circulación, condiciones de acceso y tamaño de los mercados por países regiones y por grupos socioculturales diferenciados en el mismo territorio.

Las industrias culturales se concentran en pocos países y principalmente en sus ciudades capitales

Hay desigualdades en materia de marcos regulatorios para las industrias culturales y solo algunos países cuentan con entidades específicas dedicadas a su promoción

Dificultades para el cumplimiento de la Convención

Artículo 3: Igual dignidad y respeto de todas las culturas. Procesos de reconocimiento constitucional dispar, saberes tradicionales y ancestrales en tensión con saberes académicos.

Artículo 5: Complementariedad de los aspectos económicos y culturales del desarrollo

Artículo 7: Acceso equitativo a una gama rica y diversificada de expresiones culturales de todas las partes del mundo y accesos de las culturas a los medios de expresión y difusión

Artículo 8: Apertura y equilibrio

¿Obstáculos para la diversidad cultural?

<https://answer garden.ch/1541604>

Bibliografía citada

Esteinou, Javier (2010) Los medios de información colectivos y la reproducción de la memoria social, En: Polis, vol 6, núm 1, pp 71-95

García Canclini, Néstor (1987) Ni folclórico ni masivo ¿Qué es lo popular? En: Diálogos de la Comunicación Numero 17.

Hernández, , Javier, Redondo, Andrea y Ospina Oswaldo (2018). Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Bogotá: Editorial Agustiniana

Martín Barbero, Jesús (1993), La comunicación en las transformaciones del campo cultural. En: Alteridades, vol 3, num 5, 1993, p.59-68

RECOMENDACIONES BIBLIOGRÁFICAS

OBLIGATORIAS

1. ALBORNOZ, Luis A. y GARCIA LEIVA, María Trinidad (2017) Industrias culturales y diversidad: viejos debates, nuevos desafíos, En: Quaderns del CAC Vol XX. julio 2017
2. HIGIDIO HENAO, Leydi (2018). De las cifras a la realidad. Las industrias culturales y creativas en Latinoamérica: un escenario en construcción. En: Industrias culturales y economía creativa en Latinoamérica. Desarrollo económico y social en la región. Editorial Uniagustiniana

SUGERIDAS

1. NIVON, EDUARDO. (2013) Las políticas culturales en América Latina en el contexto de la diversidad-En: Hegemonía cultural y políticas de la diferencia. Buenos aires: CLACSO
2. HOPENHAYN, Martín (2004) Ser visibles o no ser nada: industrias culturales en el ojo del huracán. Polis, 9, 2004
3. UNESCO (2008) Artículo 7: Medidas para promover la diversidad de las expresiones culturales. Enfoques latinoamericanos. Elaborado por Sylvie Durán Salvaterra a petición de la Secretaría de la Unesco.

RECOMENDACIONES BIBLIOGRÁFICAS

ADICIONALES

YUDICE George (2002) El recurso de la cultura. En: El Recurso de la cultura. Capítulo 1. Gedisa: Barcelona

MILLER TOBY. (2012). Política cultural/industrias creativas En: Cuadernos de literatura N.32, julio diciembre 2012

FERNANDEZ DAVID (2007) Industrias culturales en el entorno digital: una reformulación desde la praxis comunicativa EN: Revista ZER, 22, 2007, p.119-140

ORTEGA Luz María ((2009) Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis EN: Culturales vol V N.10 julio-diciembre de 2009

BENAVENTE José Miguel y GRAZZI Matteo, (2017) Políticas publicas para la creatividad y la innovación. Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. BID

Sobre la propiedad intelectual de este material

Esta presentación fue desarrollada por **Sandra Velásquez**

para la [Federación Internacional de Coaliciones para la Diversidad Cultural \(FICDC\)](#), en el marco del programa de formación en español para América Latina

***Convención 2005 de UNESCO para la diversidad de las expresiones culturales:
Una herramienta para el sector cultural latinoamericano***

Coordinado por [Creatividad y Cultura Glocal A.C.](#) en colaboración con la Red U40.



Para reutilizar este material se requiere de autorización expresa. Si está interesado favor de [ponerse en contacto](#) con la FICDC