

ANVERRE, Ari

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

- a. Del libro reseñado

ANVERRE, Ari, Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego, 1ª edición, México, Fondo de Cultura Económica- UNESCO, 1982, 310 páginas

2. Descriptores conceptuales de contenido.

- a. Epistemología. Hermenéutica, (Positivismo)
- b. Fuentes. Sociología crítica-cultural
- c. Comunicología. Estructuración
- d. Macro-objeto. Industria
- e. Objeto específico. Cultura

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

- a. Clasificación campal. Fuera -dentro
- b. Época. Los ochenta. Desarrollo del espacio conceptual
- c. Región. Multi-región

4. Contenido de la obra.

- a. Género. Reader
- b. Índice de la obra.

Prefacio	7
Introducción	9
Primera parte	
Problemática general y definiciones	
I. Las industrias culturales: ¿Obstáculo o nueva oportunidad para el desarrollo cultural?, por Agustín Girard	25
Nuevas condiciones de la democratización cultural	26
Ampliación cuantitativa del acceso a la cultura	27
Desde un punto de vista psicológico, ¿cuáles son los mensajes que llegan prácticamente al público más amplio?	28
Desequilibrio de las políticas culturales	29
Las industrias culturales ofrecen la única vía posible para salir del atolladero económico en que está hoy el espectáculo cara al público	29
La descentralización de las instituciones no puede progresar al mismo ritmo que la demanda cultural	30
Revalorización de la condición del creador	31
Salvaguardia de la identidad cultural nacional	33

Nuevos modos de prestigio y de proyección cultural	34
¿En qué consisten las industrias culturales y cómo tratarlas?	36
Diferentes fases de producción y comercialización	39
Determinación del campo de las industrias culturales: diferentes campos de actuación pertinentes	39
Los productos pueden clasificarse también según su modo de fabricación	41
...o según las modalidades de su utilización	42
“Industria cultural” no quiere decir industrialización de la cultura	43
No todas las “industrias culturales” son... culturales	44

II. Introducción a una economía de la cultura: un enfoque liberal, por Albert Breton 46

Variabilidad de los productos culturales: ¿inestabilidad del consumo o arma de comercialización?	47
La demanda económica de productos culturales: ¿factor de homogeneización o de diversificación?	49
La oferta de productos culturales: “estabilización” de la demanda	52

i) Estructura material de un periódico, 52; ii) Acuerdos vinculatorios, 54: iii) El star system, 55: iv) Prototipos, 56; v) Integración vertical, 57; vi) Lo “antiguo” frente a lo “nuevo”, 59; vii) Calidad inaccesible, 60

III. Las industrias culturales: génesis de una idea, por Armand Mattelart y Jean-Marie Piemme 62

Segunda parte

Repercusión de las industrias culturales

I. Repercusión de las industrias culturales del sector de los medios audiovisuales en el comportamiento sociocultural de los jóvenes, por Krzyztof Przewanski	81
---	----

La industria cultural y el comportamiento y las actitudes de los jóvenes	81
--	----

Características distintivas de la industria cultural, 81; El mecanismo del impacto de la televisión en el comportamiento y las actitudes de los niños y los jóvenes, 82; Consecuencias del impacto de la televisión para el comportamiento y las actitudes de los niños y los jóvenes, y evaluación del mismo, 85; Impacto de la industria cultural y tendencias al cambio en el comportamiento y las actitudes de los jóvenes, 91

Recomendaciones relativas a la política	92
Implicaciones para la labor de investigación	94

II. La mujer y las industrias culturales, por Margaret Galagher 96

La cultura, las industrias culturales y la producción de significados	96
Características distintivas de la relación de la mujer con las industrias culturales	100

Los procesos de socialización y la imagen de la mujer en los medios de comunicación masiva	104
Cometidos funcionales y presentación de la mujer en los medios de comunicación masiva	107
Situación de las mujeres que trabajan en los medios de comunicación masiva	111
Relación entre mujeres que trabajan en los medios de comunicación masiva y la producción de éstos	114
Consecuencias del modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación masiva	116
La imagen que dan los medios de comunicación masiva y la realidad social de las mujeres	119
Tercera parte	
Tendencias y perspectivas de las industrias culturales: concentración e internalización; modificación de la función de los artistas	
I. La internalización de la televisión en Bélgica, por Armand Mattelart y Jean-Marie Piemme	
	127
En la encrucijada de las redes europeas	127
Aparición de la teledistribución	130
Consecuencias de la teledistribución por cable	137
II. Los artistas creadores e intérpretes y los medios de comunicación de masas en Checoslovaquia, por Ladislav Gawlik	
	141
Público del arte y de los medios de comunicación de masas	142
Condiciones sociales y económicas de los artistas profesionales	144
La creación artística y los medios de comunicación de masas	145
III. Los artistas creadores, las industrias culturales y la tecnología en los Estados Unidos de América, por Barbara D. Kiev	
	152
Las tensiones entre el arte y la industria	152
Tensiones inherentes a la creación colectiva	157
La tecnología y el arte	165
La legislación sobre el derecho de autor actualmente vigente en los Estados Unidos	170
La CONTU	170
El caso Betamax	171
Conclusiones	172
Cuarta Parte	
Diversas estrategias posibles	
I. Una estrategia puramente liberal: las intervenciones públicas y privadas en las industrias culturales japonesas, por Shigeo Minowa	
	177
Gestión directa	178

Concesión de autorizaciones o licencias	179
Reglamentación de las actividades	179
Concesión de subvenciones	180
Concesión de privilegios fiscales y determinación de las tarifas de los servicios públicos	181
Gastos públicos destinados a sufragar los productos las industrias culturales	182
Establecimiento de disposiciones legales	182
Investigación y asesoramiento	183
Ayuda a las industrias culturales en el marco de las políticas de desarrollo económico y cultural	184
Comparación entre la ayuda pública a las industrias culturales y la prestada a otros sectores	187
Factores que determinan la intervención estatal	188
1. Aceptación Pública, 188; 2. Recursos financieros y orden de prioridad, 189; 3. Acuerdos internacionales, 189	
Finalidades y métodos filantrópicos	190
II. Una fórmula de economía mixta: la Sociedad Quebequense de Desarrollo de las Industrias Culturales, por Guy Morin	
	192
El contexto quebequense	192
Plan de intervención	196
Estrategia	196
Intervenciones	197
III. La industria del libro en un país industrial pequeño: Israel, por Ari Anverre	
	199
IV. La industria del libro en Tanzania, por E. E. Kaungammo	
	224
La East African Literatura Bureau	224
Editoriales comerciales	226
La Tanzania Publishing House	227
El Ministerio de Educación Nacional	228
Libros de enseñanza primaria	228
Libros de enseñanza secundaria y técnica y profesional	229
Libros de alfabetización funcional	230
Otras editoriales	231
Imprentas	231
Imprentas estatales, 232; Imprentas privadas, 232	
Medios de comunicación de masas	233
Periódicos y revistas, 233	
Bibliografía de las publicaciones tanzanianos	234
Tanzania National Bibliography, 234	
Importaciones y exportaciones de libros	236
Promoción y distribución de los libros	237
Bibliotecas urbanas, 238; Bibliotecas rurales, 238; Librerías, 239	

Tanzania Elimu Supplies Ltd. (TES)	239
La tanzania Copyright Act (1966) y sus efectos sobre la creación literaria y la edición	240
El consejo de Fomento del Libro	241
Apéndice. Encuesta sobre el precio de los libros en Dar es-Salaam	242
V. La estrategia relativa a las industrias culturales en un país socialista: la política cultural y los medios audiovisuales, por Enrique González-Manet	249
Una industria cultural en el marco de una estrategia de desarrollo	249
La industria cultural en Cuba: hechos y cifras	250
Quinta parte	
Una estrategia integrada de los poderes públicos frente a las industrias culturales	
I. La autonomía del sector privado y la intervención pública en las industrias culturales, en Finlandia, por Ikka Heiskanen	261
La autonomía del sector privado y la intervención pública y colectiva en las industrias culturales	261
Las industrias culturales, el desarrollo cultural y las razones de la intervención pública o colectiva	264
Las industrias culturales finlandesas: historia y evolución institucional y económica reciente	267
Las industrias culturales finlandesas y la repercusión de los factores económicos e institucionales en el desarrollo cultural	275
Industria del libro, 275; Industria del disco, 276; Industria cinematográfica, 278; Radio y televisión, 280	
Análisis más detallado	283
Industria del libro, 283; El sistema de derecho de autor, 285; La industria del disco, 286; La industria del cine, 287; Radio y televisión, 291	
Conclusiones y recomendaciones	292
II. El cometido de los poderes públicos, por Augustin Girard	298
Medios de que disponen los poderes públicos	299
Conclusión	301

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

En 1978 la UNESCO emprende un programa de trabajo internacional sobre las industrias culturales. En 1980 se realiza en Montreal una reunión exploratoria del asunto. Esta es la memoria de esa reunión, una publicación simultánea en inglés, francés y español. El primer libro de la UNESCO sobre el tema, convocando a especialistas de todo el mundo. El texto está dividido en cinco partes, cada una dedicada al énfasis en un punto de la agenda por explorar.

Así, los temas básicos de la reunión y del libro son, problemática general y definición del campo de las industrias culturales, repercusión de asunto en jóvenes y mujeres, la internalización y el efecto sobre los creadores culturales, casos particulares en países con distintos regímenes políticos, el poder público frente a las industrias culturales. Con esos temas y tratamientos la agenda se abre y se proyecta hacia el futuro. Después vendrían otras reuniones y otras propuestas, pero todo comenzó aquí.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Hay dos apartados que pueden considerarse de peculiar interés. El primero, por tratarse del lugar donde se define qué es una industria cultural y de qué tamaño es el problema que se está enfrentando cuando se nombra este espacio conceptual. Y el cuarto, donde se presentan casos concretos de desarrollos de la industria cultural, como para concretar y ampliar lo que se presentó en la primera parte. Con estos dos apartados se tendría una comprensión clara de lo que son y cuál es su trascendencia.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y la comunicología.

Este es un texto que abre el espacio conceptual de la cultura, por una parte, y de los medios de difusión masiva por otra. El concepto de industria cultural construye una visión de los medios que no se solía tener de ellos, no todo es entretenimiento y ocio, el tema principal de los medios es el espacio simbólico general que generan, la vida subjetiva que promueven, el sentido de la vida que gestionan. Y entonces el tema se convierte en un punto prioritario de la agenda del desarrollo social, tanto para la sociedad política como para la sociedad civil. El libro en este sentido aporta elementos a todas las dimensiones de la Comunicología posible, a la expresión, a la difusión, a la interacción y a la estructuración. Y se ubicaría sobre todo en dos, la difusión y la estructuración. Su aportación en este sentido es clave y necesaria. En nuestro medio, después de los juicios de Frankfurt lo que sigue es el texto de Umberto Eco sobre apocalípticos e integrados, y después este textos de la UNESCO. La cultura está al centro de la agenda académica de la comunicación en los ochenta, este libro es uno de los fundadores en esa época.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

Es un clásico, aparece en todas las bibliografías de los estudios culturales y comunicación. En los últimos años ha dejado de leerse, lo cual expresa una cualidad presente en los estudios culturales en comunicación, su superficialidad y dependencia de las modas. Pero sigue siendo un texto de referencia para todo aquel que quiere conocer sobre el concepto de industria cultural y su espacio conceptual

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

El autor de alguna manera es la UNESCO, que es la institución que promueve su realización y publicación. Esta la institución de la cultura en el mundo, sus trabajos dejan mucho que desear, siempre está sometida a una agenda donde

la prioridad es la guerra y el poder político. Pero aún así ha construido un espacio de trabajo que es importante conocer,
<http://www.unesco.org/general/spa/>