Frente a la cultura como mercancía

Publicat per Interacció [1] el 03/04/2014 - 14:35 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:02

ADE teatro [2] ? Asociación de Directores de Escena de España [3]

Inclou el monogràfic titulat 'Frente a la cultura como mercancía. Contra la privatización de la cultura' que obre amb l'article 'Defender la cultura y sus circunstancias' de Juan Antonio Hormigón on afirma que ara paguem les conseqüències de no haver disposat d'una veritable política cultural estatal. Diu que ens hem pensat que l'augment de pressupostos, posar pegats i atorgar algun caprici era construir alguna cosa en cultura però que, en realitat, només s'ha aixecat un edifici de taulons sense ciment. Hormigón considera que no existeix un veritable teixit cultural i que no hi ha res a defensar, pensa que cal lluitar per dissenyar una política teatral i instaurar-la de manera urgent.

Destaquem també els articles de Paulo Slachevsky on fa referencia a la la relació entre cultura i comerç i a la tensió entre una cultura de masses homogeneïtzadora i tota la diversitat de les expressions culturals. L'autor argumenta que cal respectar la capacitat reguladora dels estats en matèria cultural en el marc de les negociacions internacionals de lliure comerç; que s'ha d'ampliar el ventall de polítiques culturals amb mesures més proactives; que cal recuperar la valoració social de les expressions culturals locals, així com establir un marc sostenible per a les indústries culturals i les arts creatives que ajudi a reconstruir el teixit cultural en i entre els països.

Per la seva banda, Enrique Sánchez Ruiz afirma que les indústries creatives no inclouen a totes les activitats culturals. Recorda que activitats com el teatre, la dansa, la pintura, l'escultura o la música alternativa no són pròpiament indústries ja que el seu valor es mesura en termes estètics i simbòlics; considera que una política cultural ha de dedicar-se als aspectes simbòlics de les indústries culturals i a tot allò que no té cabuda en el mercat, i recomana als funcionaris del sector no confondre el concepte de cultura amb el concepte de mercaderia. Alberto Fernández Torres analitza les dades de l'Anuario SGAE 2013 i determina que el sector és avui quantitativament menys rellevant que fa deu anys. Torres pensa que, per sortir de la crisi i gestionar bé la post-crisi, la presència del sector públic en el teatre s'ha de sotmetre una revisió profunda i intel·ligent. Manuel F. Vieites mostra algunes línies de treball possibles a l'hora d'abordar la tasca urgent d'organitzar els teatres i el teatre a l'estat espanyol. El monogràfic tanca amb una lectura comparada, en matèria de cultura, dels programes electorals de les formacions polítiques que van obtenir representació parlamentària en l'actual legislatura.

Sumari ADE teatro, Número 149, enero-marzo 2014 [4]

Si sou membre d'Interacció, per fer peticions d'articles escriviu un missatge a: cidoc@diba.cat [5]

Inicia sessió [6] o registra't [7] per enviar comentaris
Etiquetes: arts musicals
Etiquetes: polítiques públiques
Etiquetes: sostenibilitat
Etiquetes: crisi

- [8]

URL d'origen: https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/04/03/frente-cultura-como-mercancia

Enllaços:
[1] https://interaccio.diba.cat/members/interaccio
[2] http://www.adeteatro.com/revista.php
[3] http://www.adeteatro.com/index.php
[4] http://www.adeteatro.com/detalle_revista.php?id_revista=158
[5] mailto:cidoc@diba.cat
[6] https://interaccio.diba.cat/
[7] https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat
[8] https://interaccio.diba.cat/node/4871