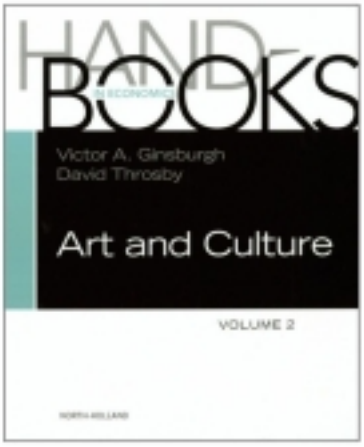
Handbook of the economics of art and culture

Publicat per Interacció [1] el 11/06/2015 - 09:12 | Última modificació: 05/02/2026 - 14:08



Victor A. Ginsburgh [2], David Throsby [3] | Elsevier [4]

Manual que proporciona una panoràmica de l'evolució i desenvolupament d'aquesta disciplina durant els últims anys. L'obra recull, des d'una perspectiva interdisciplinària, contribucions que informen de la recerca més innovadora en economia de la cultura i que, a la vegada, evidencien l'equilibri existent entre les investigacions que analitzen aspectes tradicionals de l'economia com són la producció, distribució i consum de béns i productes culturals, d'una banda, i aquelles investigacions més innovadores que abasten un ventall molt més ampli d'aspectes i qüestions relacionades amb altres disciplines com la psicologia, l'estètica, l'art, la filosofia, els estudis literaris, el dret, la sociologia o l'antropologia. El volum s'agrupa en cinc gran apartats: Valor i avaluació de la cultura; Consum i demanda cultural; Indústries culturals i creatives; Diversitat cultural; i Altres qüestions més àmplies.

A continuació detallem el contingut d'aquests cinc apartats que configuren el «Handbook of the economics of art and culture [5]»:

1. Valor i avaluació de les arts i la cultura

S'hi aborden temes relacionats amb la creació i/o recepció del valor dels béns, serveis i productes artístics i culturals des de diferents punts de vista com, per exemple, el de la creació. Una qüestió que, segons els autors, hauria d'interessar als economistes de la cultura per poder conèixer més en profunditat els orígens de la matèria que estudien. També s'hi analitzen factors que contribueixen al desenvolupament de l'artista, tant els referents als atributs personals dels artistes emergents com al context sociocultural, polític i econòmic que influeix en el desenvolupament de la seva activitat. A continuació s'hi analitzen qüestions relatives al valor artístic de l'obra des de la seva creació fins a la seva recepció per part del consumidor, així com els factors que influeixen en l'experiència estètica en l'àmbit de les arts visuals. Finalment, s'hi estudien les diverses dimensions del valor cultural en la música (estètic, artístic, econòmic, social, d'entreteniment o terapèutic) i diferents mètodes per a l'avaluació no comercial del patrimoni cultural.

2. Demanda, consum i inversió cultural

Els capítols d'aquest apartat analitzen els aspectes que influeixen en la demanda de béns i serveis culturals en el mercat. En primer lloc, s'examinen els processos de gestació i distribució dels èxits de taquilla o de vendes en els àmbits del cinema, la música i la indústria del llibre. Es presta també especial atenció als canvis que ha experimentat en l'última dècada el consum cultural per la irrupció de les tecnologies digitals, internet i les xarxes socials, que han generat nous canals de creació, distribució i consum de continguts. Finalment, s'hi expliquen aspectes relacionats amb la inversió i les transaccions internacionals en l'àmbit de les arts visuals.

3. Innovació i canvi tecnològic en les indústries culturals

En aquesta secció es tracten aspectes relacionats amb l'organització industrial i el comportament organitzatiu de les indústries culturals i creatives com, per exemple, l'impacte de les tecnologies, els canvis en els models de negoci i els ajustos estructurals al llarg de tota la cadena de distribució. S'hi estudia també el concepte d'innovació en el sector de les arts escèniques i com aquestes empreses prenen les decisions de programació de noves obres teatrals des d'un punt de vista del mercat. A continuació, els autors es fixen en els mecanismes a l'abast dels artistes per poder produir noves obres artístiques de manera regular. En aquest sentit, s'hi aborden qüestions relatives al copyright i es debat sobre com afecten les noves plataformes per compartir música, així com la pirateria, en la demanda de música de pagament i en la creativitat dels músics. També s'hi analitza la proliferació de noves discogràfiques independents que ha permès a molts joves creadors arribar de manera més directa a un ventall més ampli de consumidors. S'hi estudia també el comportament de la indústria dels concerts en viu i es posa l'èmfasi en la consideració d'aquests espectacles com a esdeveniments culturals únics. Finalment, s'hi aborden aspectes relatius a la indústria audiovisual com són la concentració de mitjans audiovisuals i plataformes sota un mateix propietari i com aquest fenomen ha repercutit en la diversitat i pluralitat cultural.

4. Comerç internacional i diversitat cultural

Els primers capítols d'aquesta secció proporcionen una aproximació teòrica a les relacions entre mercat i cultura des d'una perspectiva del dret internacional. S'hi reflexiona sobre com la integració econòmica internacional influeix en l'homogeneïtzació cultural i es debat sobre les millores que la comunitat internacional pot aportar a la governança del comerç cultural. Els autors constaten que malgrat la proliferació d'acords bilaterals i regionals encara no s'ha trobat una solució multilateral a aquesta controvèrsia; consideren que la Convenció per a la diversitat cultural de la Unesco [6] (2005) no ha estat una solució del tot efectiva; apunten l'única manera d'establir un cert equilibri entre les diverses postures és a través de millorar el règim administrat per la Organització Mundial del Comerç (OMC) [7]; analitzen en particular els efectes del sistema de copyright internacional en la diversitat cultural i estudien els canals i les dinàmiques de transmissió cultural en un món cada vegada més globalitzat. Sobre aquesta qüestió els autors assenyalen que malgrat la globalització en cultura pot aportar guanys eficients i ajudar a circular béns locals, pot generar també una disminució de la identitat cultural i privar de drets bàsics a molts ciutadans. Per tal de contrarestar aquests efectes perversos de la globalització els autors presenten alguns models econòmics formals de transmissió i evolució cultural.

5. Altres qüestions culturals més àmplies

En aquest últim apartat s'hi analitzen noves metodologies per d'estudiar les distàncies entre les diverses cultures dins les nacions que es fixen en la influència de les qüestions geogràfiques, històriques, lingüístiques, polítiques, socials o econòmiques. S'hi estudien també els efectes de la religió en el comportament econòmic i com les qüestions religioses poden ser emprades pels líders polítics per enfortir el seu poder o afeblir el dels seus opositors. Finalment, s'hi examinen les relacions entre els codis i normes tradicionals típics de les societats empobrides i regides pels costums, d'una banda, i les lleis estatutàries modernes que tenen per objectiu corregir desigualtats socials enquistades precisament per aquests costums.

Podeu consultar aquest llibre al Centre d'Informació i Documentació [8]

Inicia sessió [9] o registra't [10] per enviar comentaris
Etiquetes: valor
Etiquetes: consum
Etiquetes: avaluació
Etiquetes: comerç
Etiquetes: diversitat
Etiquetes: innovació
Etiquetes: impacte

- [11]

URL d'origen: https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/handbook-economics-art-culture

Enllaços:

[1] https://interaccio.diba.cat/members/interaccio
[2] http://ecares.org/index.php?option=com_comprofiler&task=userProfile&user=112&Itemid=263
[3] http://www.businessandeconomics.mq.edu.au/contact_the_faculty/all_fbe_staff/david_throsby
[4] http://www.elsevier.com/
[5] http://cercles.vtlseurope.com/lib/item?id=chamo:11454&theme=CERC
[6] https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/convencio_diversitat.pdf
[7] https://www.wto.org/indexsp.htm
[8] http://www.diba.cat/web/cerc/cidoc
[9] https://interaccio.diba.cat/
[10] https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat
[11] https://interaccio.diba.cat/node/5843