



Quan la cultura esdevé indústria simbòlica

Publicat per [Interacció](#) [1] el 04/09/2014 - 17:05 | Última modificació: 11/02/2026 - 14:37

Una anàlisi crítica dels processos que estan redefinint les indústries culturals i creatives en l'era de les plataformes

Philippe Bouquillion, Bernard Miège i Pierre Moeglin, en aquesta obra publicada per Presses universitaires de Grenoble, examinen l'aparició d'una nova economia política dels béns simbòlics que es troba en plena configuració. El punt de partida és la coincidència de dues tendències estructurals. D'una banda, els sectors culturals tradicionals incorporen lògiques de gestió industrial en la producció i comercialització. De l'altra, sectors no culturals adopten atributs simbòlics i creatius per reforçar el posicionament de marca i diferenciar-se en mercats competitiu.

A L'Industrialisation des biens symboliques : les industries créatives en regard des industries culturelles, els autors revisen la solidesa dels camps culturals clàssics com el llibre, la música, el cinema, l'audiovisual o la premsa. Identifiquen també l'emergència de nous àmbits com els videojocs o la mediació informativa i subratllen la transversalitat amb sectors associats a les indústries creatives com la moda, el luxe o l'artesanía, així com amb altres branques industrials immerses en processos d'aculturació. Aquest conjunt de mutacions s'explica sobretot per l'expansió accelerada dels grans actors globals de la comunicació, que s'han consolidat com a intermediaris entre creació i consum encara que no generin necessàriament continguts culturals o informatius propis.

El llibre s'organitza en cinc capítols que despleguen tres paradigmes clau per interpretar les transformacions actuals. El paradigma industrial de la convergència descriu el domini creixent de les plataformes sobre els sectors de béns simbòlics i la seva capacitat d'absorció dels àmbits tradicionals. El paradigma industrial de la col·laboració situa al centre les plataformes participatives, les xarxes socials i els públics amateurs com a agents actius. El paradigma industrial de la creació posa el focus en models en què els actors centrals articulen les seves ofertes a partir de processos creatius que s'originen des de la base. A partir d'aquests marcs analítics, l'obra examina estratègies empresarials, dinàmiques de transformació sectorial, nous models socioeconòmics i els reptes que afronten les polítiques públiques en regulació i propietat intel·lectual.

Aquí teniu una interessant [entrevista](#) [2] amb els autors

Aquest llibre està registrat i disponible al catàleg bibliogràfic [C](#) [3][ERCles](#) [3].

Categories: Llibre

Etiquetes: sectors culturals i creatius

Etiquetes: polítiques culturals

Etiquetes: recerca cultural

Etiquetes: gestió cultural

Etiquetes: valor públic de la cultura

Etiquetes: cultura digital

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: pensament cultural



- [4]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2014/cultura-simbolica>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/industrialisation-des-biens-symboliques-entretien-auteurs/>

[3] <http://cercles.diba.cat/>

[4] <https://interaccio.diba.cat/node/5092>