

Ecosistema o industria cultural

Publicat per [Interacció](#) [1] el 02/09/2014 - 12:31 | Última modificació: 12/03/2026 - 11:38

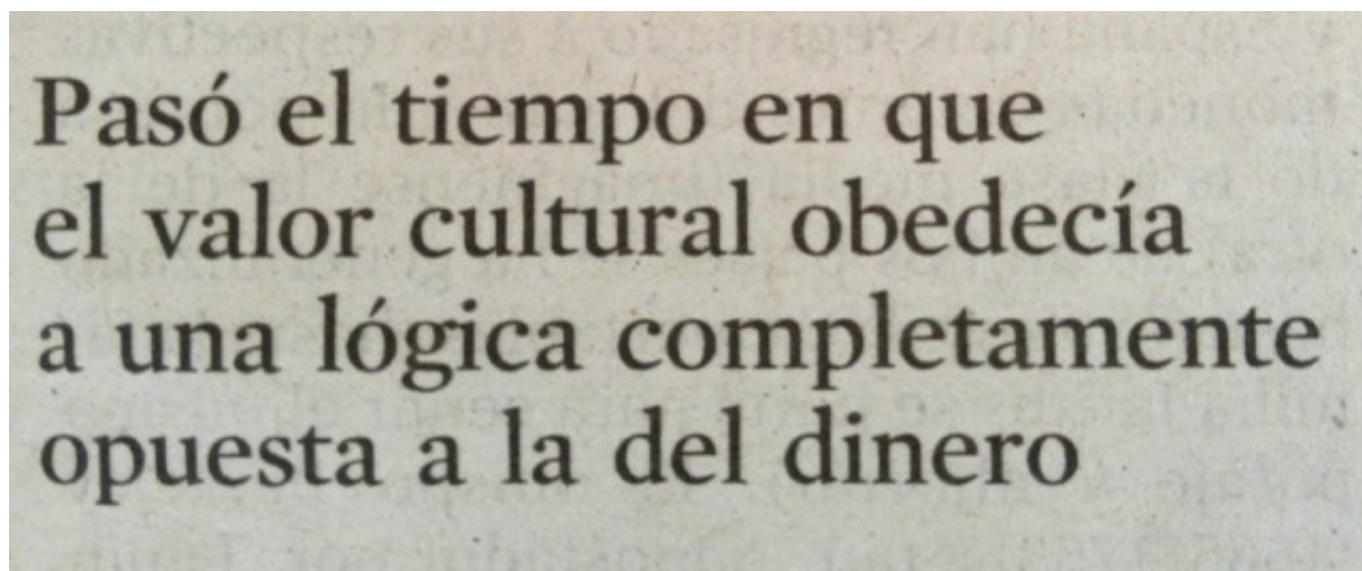
El llenguatge de les indústries culturals s'ha imposat com a marc dominant per explicar el paper de la cultura en l'economia. En aquest text, Santi Eraso qüestiona aquesta reducció i proposa recuperar la idea d'ecosistema cultural, molt més ampli que el conjunt d'activitats que generen productes i mercats. La seva reflexió recorda que la cultura també produeix coneixement, relacions socials, experiències i recursos simbòlics que no poden mesurar-se només en termes de consum o creixement econòmic.

El text convida a pensar si la cultura s'ha de governar només com un sector econòmic o com un ecosistema complex que sosté drets, imaginació i vida col·lectiva.

De las industrias culturales a la economía social de la cultura

La cultura y el arte se sustentaron durante siglos merced a los donativos de los reyes, nobles y autoridades eclesiásticas; gracias a la burguesía en los Estados modernos; y a los impuestos de tod+s en el estado del bienestar. Se considera que la educación y la cultura, en su sentido más amplio, favorecen la formación e ilustración de los ciudadan*s, contribuyendo a la cohesión social y a la calidad de la democracia. Así pues, los recursos destinados a su desarrollo son, previa decisión política, una manera de redistribución de las rentas, con arreglo a un sentido compartido de la justicia social. Hasta ahora, estas ideas han formado parte del ideario social del estado del bienestar.

Sin embargo, desde que hace unas décadas toda la producción artística y cultural se ha confundido con las "mercancías" de las denominadas industrias culturales y del ocio, parece ser que el arte y la cultura han dejado de ser bienes de uso para convertirse solo en valores de cambio. La cultura está ahora atravesada plenamente por los intereses del capital y lo que era un derecho se transforma en un eslabón más de las políticas de crecimiento. Los bienes culturales pasan a formar parte de la cadena competitiva y, de este modo, la economía del consumo cultural se determina, en gran medida, por las leyes de la oferta y la demanda y sus reglas de juego: invención de mitos artísticos, grandes campañas de publicidad y promoción, marketing y propaganda, complicidad interesada de los medios de comunicación de masas (incluidos los públicos, lamentablemente), producción de grandes eventos y festivales monumentales, etc. En definitiva, una sofisticada gestión de la pulsión del deseo, canalizada a través del impulso del consumo compulsivo.





Tanto es así que la parte se ha quedado con el todo y el sector industrial (fundamentalmente las grandes corporaciones del ocio y sus cómplices locales), con el beneplácito de las instituciones públicas, se ha erigido prácticamente en el único interlocutor de todo el complejo ecosistema cultural.

Llegiu l'article sencer a santieraso.wordpress.com [2]

Categories: Article

Categories: Articles i anàlisi

Etiquetes: polítiques culturals

Etiquetes: valor públic de la cultura

Etiquetes: sectors culturals i creatius

- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/news/2014/ecosistema>

Enllaços:

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

[2] <http://santieraso.wordpress.com/2014/08/10/ecosistema-cultural/#more-1321>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/5265>