

Esta publicación, que se realiza con el apoyo del Instituto Cultural de la Provincia de Buenos Aires, actualiza el estudio realizado en 2003 por el autor sobre la incidencia de las industrias culturales en la economía y el empleo, la que tuvo sólo difusión institucional a través del auspicio del Parlamento Cultural del Mercosur (PARCUM) y el Senado de la Nación Argentina.

Analiza conceptualmente términos tales como “cultura”, “industrias culturales” y “economía de la cultura” tratando con rigor y amplitud los aspectos más salientes de la evolución histórica de cada una de las industrias culturales en el país, precisando en cada caso sus relaciones con la economía, las políticas públicas y los cambios más recientes experimentados en materia de tecnologías y contenidos.

Tras precisar las diferentes tipologías de funcionamiento industrial y el papel de los diversos agentes del sector, hace un claro recuento de las experiencias vividas en la producción, la comercialización, la balanza comercial y el empleo durante la última década, destacando el papel de las PyMEs en su contribución a la economía y la diversidad cultural.

Todo ello constituye un invaluable aporte al conocimiento de la problemática de este campo estratégico de la cultura, lo que resulta de sumo interés para quienes se desempeñan en los sectores productivos, la gestión pública, el espacio académico y, sin duda también, por el rigor de sus conceptos y la claridad con que los mismos se exponen, para todos los interesados en el estudio de la cultura, la economía y el desarrollo nacional.

CONTENIDO

INTRODUCCION	11
PARTE I	
CULTURA, ECONOMIA E INDUSTRIAS CULTURALES	15
1. Sobre el concepto "Cultura".	17
. Viejas y nuevas definiciones.	17
2. Sobre el concepto de "Industrias Culturales" (IC).	26
. Evolución de los enfoques teóricos y académicos.	26
. Las políticas públicas internacionales en el tratamiento de las IC.	29
. Relaciones sinérgicas entre las industrias, los medios y las artes.	37
3. La dimensión tangible de lo intangible.	40
. La economía de la cultura.	40
. Las IC en cifras a escala global.	44
PARTE II	
LAS IC EN LA ARGENTINA	53
Introducción	55
Agentes principales	55
Clasificación de las IC	56
1. Industria del libro.	59
2. Publicaciones periódicas.	101
. Diarios.	101
. Revistas.	125
3. Fonogramas.	147
4. Radio.	177
5. Televisión.	216
. TV de señal abierta.	216
. TV de pago.	258
6. Cine.	294

7. Video.	337
8. Videojuegos.	358
9. Publicidad.	363
10. Industrias auxiliares de soporte e insumos.	393
. Complejo Audiovisual.	394
. Complejo Editorial.	399
11. Industrias y servicios conexos.	404
. Informática-Internet.	404
. Telecomunicaciones.	414

PARTE III

DERECHOS DE AUTOR	423
1. Antecedentes.	425
2. Agentes, legislación y dimensión económica de las sociedades de gestión.	433

PARTE IV

DIMENSION ECONOMICA Y SOCIAL

Y ALTERNATIVAS DE DESARROLLO	443
1. Dimensión económica de las IC.	445
. Variables e indicadores de medición.	445
. Valor Bruto de Producción (VBP).	450
. Valor Agregado Bruto (VAB)	459
. Dimensión económica global.	462
. Participación de las PyMEs.	464
. Balanza comercial de rubros seleccionados.	467
2. Dimensión social (empleo).	472
. Antecedentes en la medición del empleo.	472
. El empleo según los organismos de contralor.	474
3. Alternativas de desarrollo	477

Bibliografía	487
---------------------	-----

Glosario de organismos e instituciones	493
---	-----