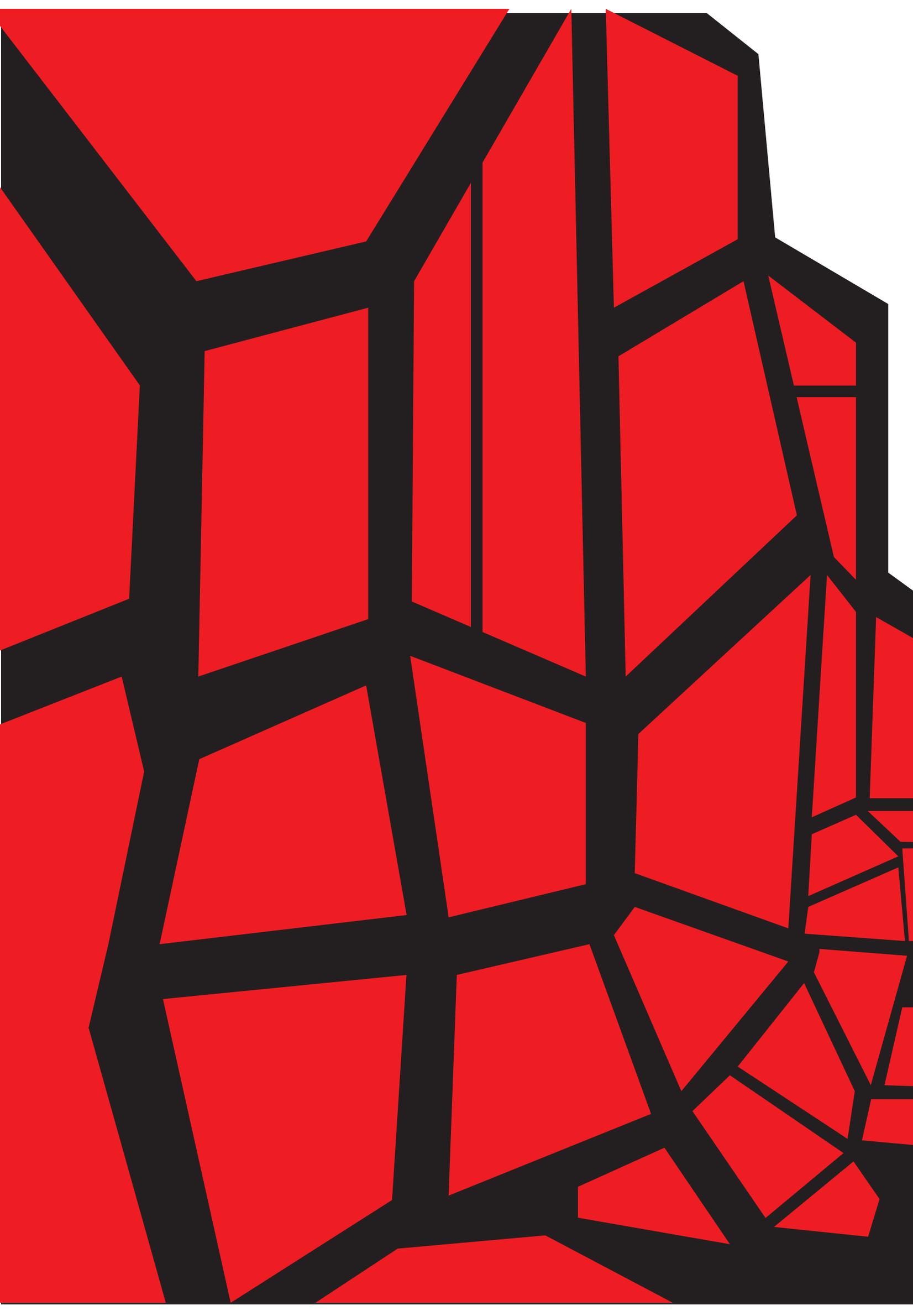
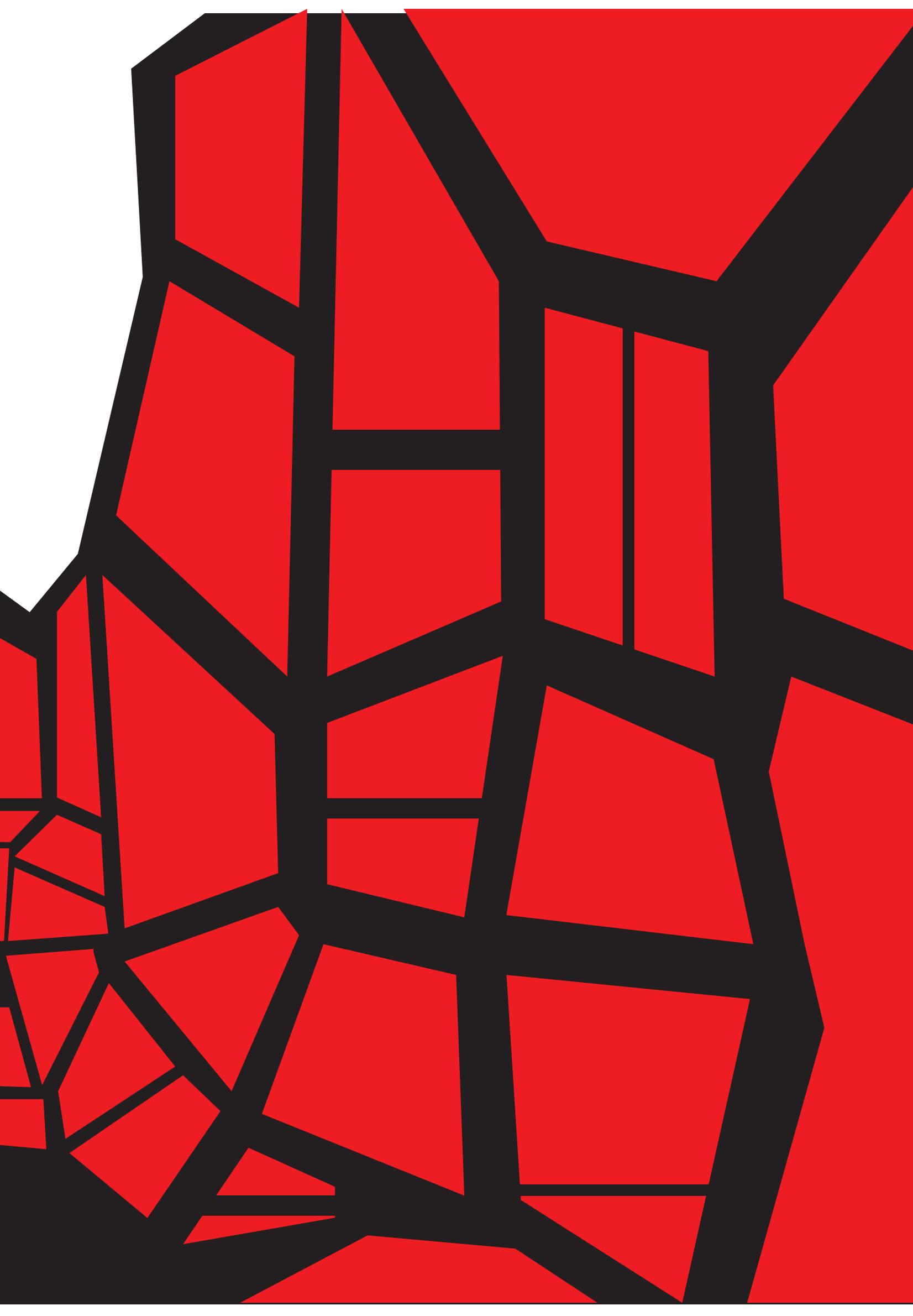


ARTEACTUAL

de la adversidad
¡VIVIMOS!

**I ENCUENTRO IBEROAMERICANO
SOBRE ARTE, TRABAJO y ECONOMÍA**





ARTE ACTUAL – FLACSO ECUADOR

Director FLACSO
Adrián Bonilla

Coordinador Espacio Arte Actual
Marcelo Aguirre

Asistencia
Isabel Cornejo

Primer Encuentro Iberoamericano de Arte, Trabajo y Economía
“de la adversidad ¡vivimos!”
www.delaadversidadvivimos.wordpress.com

Coordinadora del Encuentro
Paulina León

Curadora del Encuentro
María Fernanda Cartagena

Asistente de Producción
María del Carmen Oleas
María José Salazar

Metodología para las Mesas de Trabajo del Encuentro
Gabriela Montalvo

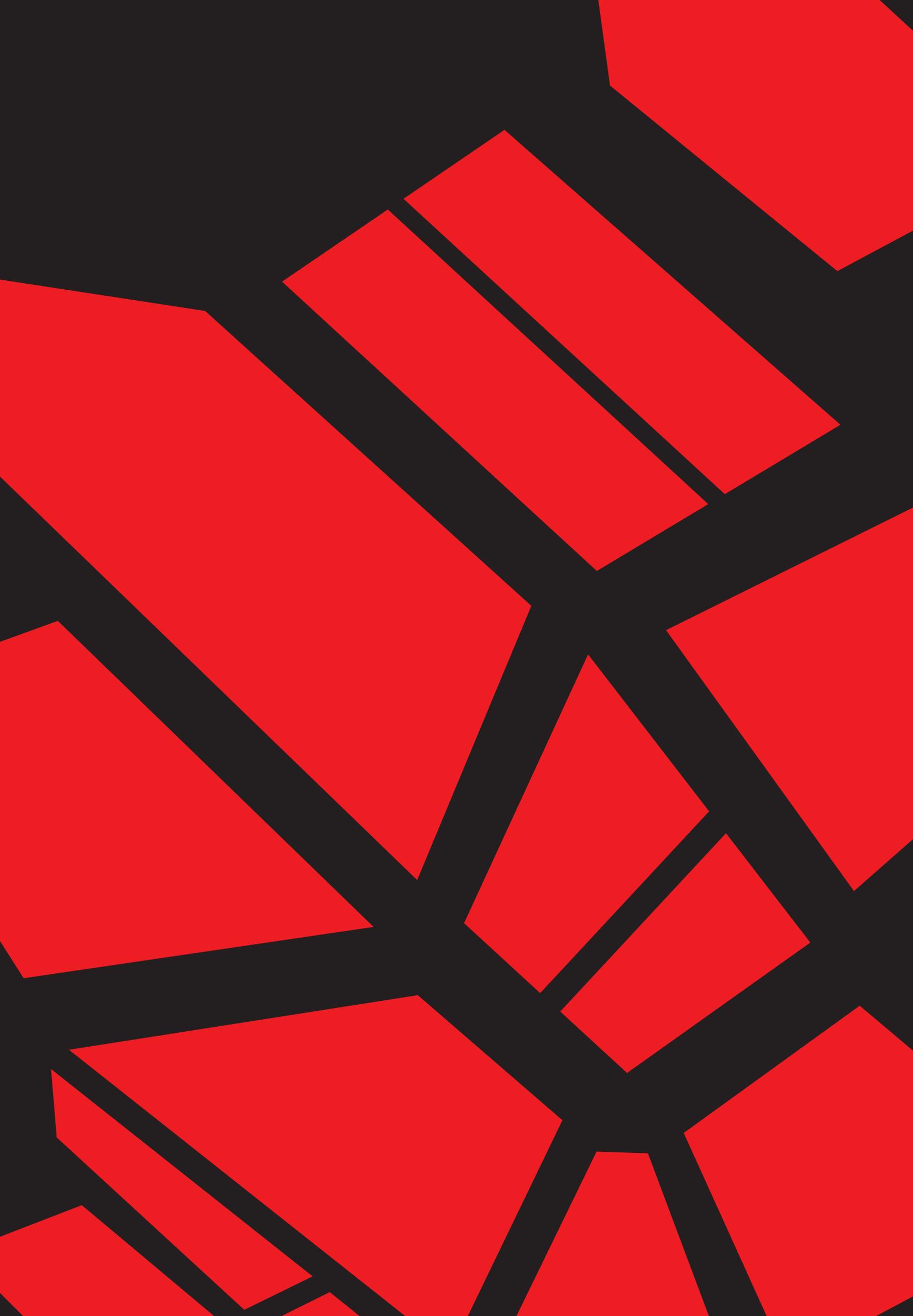
Corrección de textos
Paulina Torres

Diseño e ilustración
Gonzalo Vargas M.
www.pixelmono.com

Fotografía
Federico Castro
José Peña
Pamela Suasti

Impresión
Imprenta Abilit

La Pradera E7-174 y Av. Diego de Almagro
Quito Ecuador
Pbx: +593-2-3238888 ext.2040
arteactual@flacso.org.ec
www.arteactual.ec



ÍNDICE

**Las Memorias del Primer Encuentro
Iberoamericano sobre Arte, Trabajo y Economía** - Paulina León **10**

Coloquio

Coloquio y sus líneas de debate - María Fernanda Cartagena **18**

El Arte y la Economía - Fernando Martín **24**

Economía de la cultura: la relación entre cultura, economía y ¿desarrollo? - Gabriela Montalvo **30**

Políticas de la creación en la deriva transnacional - Suely Rolnik **36**

**Hacer, trabajar, cercar: notas sobre las prácticas artísticas y su relación con el
mercado capitalista** - Alberto J. López Cuenca **42**

NoMínimo. Poniendo un año en blanco y negro - Pilar Estrada **48**

De espacios en crisis a espacios críticos - Marcelo Aguirre **52**

Lugar a dudas - Claudia Sarria **56**

Artistas radicales y vendidos - Tranvía Cero **64**

Crear REDES: Hambre, lab latino y espacio trapézio - Javier Duero **68**

La distribución de la experiencia y la acción de residir - Paulina Varas **72**

**Herramientas conceptuales de regulación y profesionalización del sector: procesos asociativos,
buenas prácticas y código deontológico** - Federico Castro **78**

Mesas de Trabajo

Sobre este informe - Paulina León **90**

Sobre la metodología de trabajo - Gabriela Montalvo **91**

Sistematización de las Mesas de Trabajo - Andrés Cortés, Pablo Bayas, Paulina León, Ángela Mateus,
Markus Nabernegg, Isabel Patiño, María Elena Rodríguez, María Isabel Vargas y Marco Vinuesa. **92**

A manera de conclusiones - Paulina León **128**

Anexos

Concepto del Encuentro - María Fernanda Cartagena **132**

Entrevista: Procesos colectivos para la profesionalización del sector de las artes visuales contemporáneas **135**

**Entrevista: Procesos de sustentabilidad de espacios y proyectos dedicados al arte contemporáneo
en América Latina** **139**

Entrevista: Formas de producción artística dentro y fuera del mercado **144**

Biografías **154**

ECONOMÍA DE LA CULTURA: LA RELACIÓN ENTRE CULTURA, ECONOMÍA Y ¿DESARROLLO? La información estadística y económica como estrategia

Gabriela Montalvo

Introducción

En el presente trabajo se pretende realizar una relectura del origen de la economía como ciencia social, cuyos preceptos iniciales partieron de la preocupación por el ser humano, su comportamiento, las relaciones y factores que determinan los intercambios y los elementos culturales que determinan los distintos modos de producción, de organización, relacionamiento, preferencia y consumo.

También busca exponer los argumentos, técnicos pero sobre todo políticos, por los cuales las herramientas matemáticas y estadísticas de la economía son esenciales para un nuevo análisis del campo cultural, las artes y sus procesos.

A partir de estas lecturas sobre la relación entre la cultura, la economía y la importancia de la información cuantitativa, se hace una crítica hacia varios de los supuestos y principios de la economía ortodoxa, tales como la racionalidad, la maximización y el concepto mismo de la utilidad y el egoísmo, no sólo como postulados de la ciencia económica sino como elementos constitutivos del paradigma del crecimiento y el desarrollo, frente a la propuesta de construir una sociedad del Buen Vivir.

La economía y la cultura

Las primeras definiciones que se hicieron sobre la economía la relacionan con el estudio de las actividades que entrañan transacciones con dinero o sin él, se habla de la elección y se afirma que estudia no sólo los negocios lucrativos sino el disfrute de la vida y las distintas posibilidades de organización para el consumo y la producción (Nicholson, 1997: 7, A 15). Es decir, se afirma que el hecho económico tiene que ver con relaciones e intercambios, que no necesariamente son monetarios.

Estas “elecciones” e intercambios, como todas las cosas que hacen y eligen los seres humanos, tienen que ver con lo que significan para

ellos. “Los seres humanos son ‘seres simbólicos’ que dotan selectivamente de sentido a aquello que les rodea, en una especie de ordenamiento cultural (Batista Medina, s/f: 9). En este sentido, los elementos culturales son fundamentales para entender las actividades económicas y sus resultados sociales. Esto hace de la economía un *dispositivo cultural*.

¿Desde cuándo, entonces, la economía se convirtió en una ciencia “exacta”, cuyos preceptos y conclusiones aparecen casi exclusivamente matemáticos?

Es durante los procesos de construcción del paradigma del mercado y la consecuente mercantilización de las cosas; que los bienes, los servicios, e incluso las ideas, se consideran como “mercancías”, cambiando, su significado y valor (Marcus, 1990 en De Souza Silva J. 2008). Esta concepción implicó que el análisis de los procesos para la producción, distribución y consumo de los bienes que tienen como fin satisfacer necesidades (como el hambre o el frío), fuera separado, bajo la forma de “sistema económico”, del estudio de los procesos inherentes a aquellos bienes y servicios que sirven para expresarnos y comunicarnos con los demás en un contexto social (Fernández de Rota y J.A. Monter, 2000: 31-41). Una de las premisas más importantes de este paradigma constituye la preeminencia de la Física y las Matemáticas sobre las demás ciencias, hecho que apoyó los postulados del equilibrio general y de la escuela monetarista, según las cuales el análisis económico puede resumirse en ecuaciones.

Las definiciones de cultura, por su parte, la ligan a las características espirituales, materiales, intelectuales y emocionales de una comunidad, sociedad o grupo y hacen referencia a la significación simbólica contenida en los hábitos y las expresiones, sean estas artísticas o cotidianas, pero también en las instituciones y en los conjuntos de conceptos, valores y creencias que modelan su vida.

Uno de los aspectos más importantes, presente en la mayor parte de las múltiples definiciones de cultura, se refiere a los modos en que las culturas relacionan a los individuos con los procesos sociales (Kroeber y Kluckhohn, 1952 en Usunier, 1992 citado por Ávila A. y Díaz M., 2001: 5).

Si es claro que la economía, o al menos el “hecho económico” es un proceso social en el que intervienen los valores, los significados y las capacidades, y en el que sus resultados dependen de una serie de relaciones que pasan por el poder

(SENPLADES, 2010: 22) se comprende la afirmación de Sahlins de que “... la economía es el principal ámbito de la producción simbólica” (1997: 208).

Lo que queremos decir con esto es que es en la economía donde se reflejan efectivamente las prioridades que las sociedades y sus gobiernos asignan. Según el mismo Sahlins, la importancia del tema no estaría en que “el sistema económico se salve de la determinación simbólica, sino en el hecho de que el simbolismo económico es estructuralmente determinante” (Sahlins, 1997: 208).

Para nosotros, el estudio de la Economía de la Cultura constituye una poderosa herramienta crítica al tratamiento clásico y neoclásico de lo económico y al hecho consecuente que ha despojado a la economía de su origen y contenido social.

El paradigma del desarrollo

Es muy fácil resistirse al cambio, pero nadie se opone (...) al ‘desarrollo’.

Después de la II Guerra Mundial, y a través de una aparentemente simple innovación semántica, se reemplaza la dicotomía *civilizados – primitivos* por la de *desarrollados – subdesarrollados*. Es precisamente en esta dicotomía que se sustenta el modelo de desarrollo (posteriormente adjetivado como “humano”, “sustentable” o incluso “humano sustentable”). La estructura que sustenta este modelo lo ha posicionado como un ideal y su consecución ha condicionado los imaginarios de los líderes mundiales.

La sutileza semántica logró su objetivo. La polaridad desarrollo – subdesarrollo deja intacta la supuesta superioridad de unas sociedades sobre otras y la concepción misma del enfoque desarrollista es complementaria al enfoque de crecimiento económico (base de la sociedad industrial-capitalista) y mantiene incólumes los supuestos de neutralidad y prevalencia técnica de los sistemas económicos sobre los cuestionamientos críticos y los juicios éticos o morales que se plantean desde lo cultural. Así, sutilmente, se mantiene la supuesta independencia de la economía con respecto a los valores, las normas y la cultura inherente a los sujetos.

Los paradigmas no son neutrales. Bajo sus principales teorías y conceptos, influyen la forma de *ser, sentir, pensar, hacer y hablar* de las personas (de Souza Silva, J., 2008). Un paradigma condiciona un modo de vida y la idea del “desarrollo” tampoco es neutral. Constituye un conjunto de postulados teóricos que a la vez que representan determinados intereses e intenciones, contienen, portan y transmiten símbolos, códigos y asignaciones

culturales. Al adoptar un paradigma, adoptamos sus significados (Blaut, 1993, en de Souza, 2006) y existen paradigmas dominantes, contruidos para sustentar, a su vez, determinados modos de interpretación de lo que debe ser el mundo y la existencia en él.

Bajo el paradigma del mercado, en el cual se encuentran los enfoques de crecimiento económico y desarrollo humano, la sociedad industrial construyó una coherencia para su modo de producir y consumir (de Souza, 2006). Sus indicadores son formulados desde el Primer Mundo y responden al modelo de ser humano impuesto por la cultura occidental en la que, bajo ciertos modelos de “interculturalidad” se advierte la existencia de una relación entre diferentes, tolerando, o incluso respetando los desacuerdos en aspectos formales (como ciertas expresiones artísticas), pero se imponen explícita e implícitamente los acuerdos y conceptos de la actividad económica configurando el mercado, la producción, el consumo, la utilidad, la competitividad y la acumulación de capital y ganancia. De esa manera, la identidad cultural del otro, aunque mantenga sus particularidades de forma, es irrespetada en el fondo, al tener que asumir códigos de organización e intercambio ajenos. Esto sucede en términos individuales, pero también en términos macro, y se refleja en las políticas económicas y sus prioridades, que definen como áreas estratégicas a la defensa, las actividades de extracción, la vialidad y la obra pública; lo que reproduce *ad infinitum* los roles asignados a las naciones en la matriz de producción e intercambio global (comercio exterior), según la premisa de las *ventajas comparativas*.

Economía, desarrollo y Sumak Kawsay

El Ecuador, a partir de la Constitución de 2008, reconoce y expresa su decisión de “...construir una nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza, para alcanzar el buen vivir, el Sumak Kawsay”.

El Sumak Kawsay implica una reflexión profunda sobre la condición humana y una visión diferente sobre los recursos y el medio ambiente y no supone prevalencia de los seres humanos sobre estos. Así, trasciende los principios occidentales de respeto y cuidado, y hasta conceptos tales como los de sustentabilidad y solidaridad.

Esta propuesta es radical y representa una ruptura epistémica con los postulados de crecimiento y desarrollo, que afecta no sólo a la normatividad sino a los ámbitos básicos y estructurales donde se encuentra la economía. Vivir el Sumak Kawsay implica necesariamente un cambio en el paradigma económico tradicional ya que la concepción económica que se corresponde con este enfoque no es antropocéntrica y no radica en el mercado ni en

1 Mencionado el 8 de mayo de 2005 por Roberto Artavia, Rector del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE) en: de Souza Silva J. et al. (2006: 114).

LA GENERACIÓN, SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN CULTURAL ES FUNDAMENTAL PARA DEMOSTRAR TÉCNICAMENTE, PERO SOBRE TODO COMO UNA HERRAMIENTA DE POSICIONAMIENTO POLÍTICO, QUE ESTE SECTOR EXISTE Y QUE SU PRODUCCIÓN ES “REAL” EN TÉRMINOS ECONÓMICOS, PARA QUE DEJE DE SER CONSIDERADA COMO UN SECTOR SUBSIDIARIO.

la competencia y plantea que el intercambio y la satisfacción de necesidades no se tratan exclusivamente de una actividad productiva-económica, sino de un “hacer integral que abarca toda la condición de existencia del ser humano unido a la naturaleza, a sus relaciones y a la totalidad de la realidad, sin pretensión de hegemonismo ni de concentración de propiedad” (González e Illescas, 2003).

Este concepto de economía hace referencia al conjunto de actividades mediante el cual se satisfacen las necesidades humanas sin hacer alusión a escasez, elección, racionalidad, acumulación o maximización. Se refiere al bienestar, a la seguridad y a la realización de las actividades de sustento bajo las formas y en el territorio propios a cada cultura; contempla normas sobre responsabilidades y derechos de los individuos, grupos, organizaciones e instituciones con respecto a otros, incluso no humanos² y es todavía más válido en sociedades donde persisten normas y valores de reciprocidad, confianza y cooperación durante los intercambios materiales y simbólicos conviviendo en complejas interrelaciones con las lógicas del mercado.

Obviamente, ver a la economía desde esta perspectiva significa un cambio en la interpretación de términos como consumo o utilidad y aceptar que puede existir una *persona económica conectada*, en contraposición al *homo economicus*, descrito como “egoísta” por Smith y presentado como racional y calculador por Senior (England, 1996 y Sen, 1998 en Montalvo, G., 2008: 20).

La economía de la cultura

Hablar de economía de la cultura no ha sido fácil. Todavía hoy, varias décadas después de las primeras discusiones y la aparición de los primeros textos al respecto, nos encontramos con posturas que no pueden entender esta relación sino como una forma de “prostitución” del arte, o que simplemente no la encuentran posible porque conciben a la cultura como algo inmaterial que no

es sujeto de comercialización.

Y si bien ha sido difícil que los economistas entiendan que los hechos culturales implican intercambios materiales, notándose aún la marginalización que de la actividad cultural hicieran Smith, Ricardo e incluso Marx, catalogando a las Artes como *improductivas* (Puente, 2007, 21); ha sido dura también la tarea de intentar hacer comprender a artistas y gestores culturales que la materialidad y los intercambios inherentes a sus actividades no implican pérdidas en su contenido artístico y simbólico.

La clasificación de Marx sobre las Artes es de especial atención puesto que para él, el trabajo artístico y sus productos finales, al menos antes de cualquier intercambio comercial, no producen plusvalía, en tanto provienen de la “libertad” del artista y no del uso de la capacidad de trabajo, cosa que sucede con los asalariados (Durán, 2008).

Lo que Marx no pudo prever es que la industrialización, sobre todo a partir de la aplicación de la creciente tecnología en los medios de producción y de comunicación, empezaría a utilizar la capacidad creativa como un generador de alto valor agregado para la producción capitalista, a corta, mediana y gran escala (caso de la música, el audiovisual y el editorial), hecho que para nosotros, no resta ni elimina necesariamente, el contenido artístico de la producción creativa, remunerándola bajo la figura de “propiedad intelectual”.

A principios del siglo XX surgieron las primeras discusiones sobre esta relación, con la publicación, en 1910 del artículo “El arte y la economía”, en la revista alemana *Volksnirtschaftliche Blätter*. Pero el concepto de *industria cultural* nace en la década de 1940, con el análisis crítico de Theodor W. Adorno y Marx Horkheimer sobre el proceso de industrialización, el cual, según ellos, “degradaría” a la cultura en industria³ (del entretenimiento) y en su libro “Dialéctica del iluminismo”, utilizaron por primera vez el término *industria cultural* (Puente, 1997: 21, 22).

2 Como el medio ambiente, las plantas y los animales.

3 Ver también Martín Barbero J., 1987. http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/Martin_barbero2.pdf

A partir de la década de los años sesenta, economistas norteamericanos comenzarán a interesarse en el tema de la economía y la producción cultural, añadiendo además un nuevo actor al análisis al referirse al papel que debería jugar el Estado. Estos estudios se reflejan en “El dilema económico de las artes escénicas”, de W. Baumol y W. Bowen, publicado en la década de los años setenta (Getino, s/f: 4). La importancia del sector en la producción nacional fue señalada por primera vez por la Universidad de Standford en 1974. Bajo un enfoque de “industria de la información”, se indicó que este sector es el principal indicador en cuanto a empleo y producción (PIB) en Estados Unidos durante la época del capitalismo avanzado. Pero es a partir de los años ochenta, con los aportes de la sociología y la economía política (Mattelart y Piemme, 1982: 62-81), que las reflexiones teóricas y los estudios empíricos a este respecto, coinciden en que su objetivo es “comprender el funcionamiento material de la cultura” (Puente, 2007: 23).

Para nosotros, y considerando que este es un concepto en construcción, la economía de la cultura hace referencia a las **relaciones** que se suceden en los complejos procesos de creación, producción, circulación y ‘consumo’ de bienes y servicios culturales que contienen, transmiten y reproducen contenidos simbólicos. Concebimos a la Economía de la Cultura como un espacio que reconoce la dimensión económica de las actividades culturales (de lo cultural), pues para su realización se requiere de una serie de intercambios que implican de transacciones que se traducen en un flujo económico real y muchas veces monetario, pero que hace referencia también al contenido cultural de lo económico.

La producción cultural requiere de trabajadores e insumos, que van desde los creadores y artistas, hasta la construcción de escenarios, confección de vestuarios, iluminación, sonido y otros, además con la participación de incontables actividades vinculadas como embalaje, transporte y comunicación que son altamente generadoras de externalidades⁴, en su mayor parte positivas y extremadamente vinculantes entre sí. Entre los aspectos fundamentales que caracterizan a la producción cultural está el hecho de que generan un alto valor agregado. Es decir, su materia prima está en la capacidad de creación, la creatividad, la imaginación y la posibilidad de expresión y no en los bienes primarios; haciendo que esta actividad tenga elevados niveles de rentabilidad. Sin embargo, y a pesar de que cada vez es mayor el reconocimiento y el estudio sobre la importancia que la cultura y lo cultural tienen en la economía y el “desarrollo”, su tratamiento por parte de los tomadores de decisiones en nuestros países, sigue siendo secundario.

4 Una externalidad es el efecto negativo o positivo de la producción o consumo de algunos agentes sobre la producción o consumo de otros, por los cuales no se realiza ningún pago o cobro (Laffont, 2008).

La información cuantitativa sobre el sector cultural y su potencial como herramienta técnica y política

Como ya lo mencionó Octavio Getino: “Desde hace algún tiempo la representación en valores numéricos de un tema, cualquier tema, incluido el de la cultura, confiere a la misma una dimensión prácticamente irrefutable”⁵.

Por esto, es inevitable la necesidad no sólo de la cuantificación, sino de la monetización (a través del precio), de todo cuanto pretenda ser considerado como existente, por lo que la construcción de indicadores económicos en este sector es fundamental.

Estos indicadores incluyen encuestas de consumo y producción cultural. Las primeras permiten no sólo caracterizar la demanda por bienes y servicios culturales; sino que permiten realizar una medición sobre el ejercicio de los derechos culturales, específicamente sobre los relativos al acceso y las segundas brindan información sobre las condiciones de trabajo y producción de bienes y servicios culturales.

Otro instrumento fundamental para la información cultural en términos económicos lo constituye la Cuenta Satélite de Cultura.

La base conceptual de las cuentas nacionales se encuentra en la teoría keynesiana y constituyen el medio sistemático que condensa las numerosas y complejas transacciones que se llevan a cabo entre empresas, Estado, instituciones sin fines de lucro, hogares y sector externo y las presenta en agregados y clasificaciones analíticas que responden a una normatividad.

De esta manera, la Cuenta Satélite de Cultura permite ubicar la acción del sector en el contexto de todo el sistema socioeconómico, ubicando cuantitativamente el papel que en esta área tienen el sector público, el sector privado y la sociedad civil. Políticamente hablando; ubicar la participación de la cultura en la producción nacional es el camino conceptual y metodológico para estar en la macroeconomía.

La generación, sistematización y análisis de la información cultural es fundamental para demostrar técnicamente, pero sobre todo como una herramienta de posicionamiento político, que este sector existe y que su producción es “real” en términos económicos, para que deje de ser considerada como un sector subsidiario.

La construcción de la sociedad del Buen Vivir

Pensamos que no existe mejor opción para construir y reconstruir el Buen Vivir que la cultura. Pensamos que la comprensión de las

5 Getino Octavio en: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, s/f: 1.

múltiples relaciones de ésta con la economía, en su más amplio sentido, constituye una herramienta técnica y política poderosa para transformar los modos de vida.

Las especiales características de los bienes y servicios culturales son compatibles con formas distintas de organización para producir, intercambiar y consumir. Estos bienes y servicios no son neutros y mucho menos están vacíos. Leer, escuchar, mirar, percibir, disfrutar, participar, conocer, actuar, sentir... A través de estas acciones las personas alimentamos algo más que el cuerpo. A través de ellas formamos el pensamiento, el conocimiento, el espíritu, la emoción e incluso el sentimiento.

No creemos que aceptar la dimensión económica de estos bienes y servicios signifique “vaciarlos” de su sentido cultural ni mucho menos que su producción implique el sometimiento de la cultura a las lógicas de la industria y la mercancía (Yúdice en Vicario, et al., 2010:41). Por una parte, hemos pretendido resignificar a la economía para demostrar su interés y su origen en preceptos eminentemente sociales y culturales, cargados de significado y valores; y por otra, queremos reconocer que las actividades culturales requieren de una serie de intercambios materiales que, con dinero o sin él, caen dentro del análisis económico.

La valoración de estas actividades, a través de la monetización y su representación en los sistemas de contabilidad nacional, se presentan como un instrumento para reposicionar a la cultura en el centro del debate y de la asignación de prioridades políticas. Pensamos que los países que han reconocido la importancia capital de la producción simbólica han logrado sustentar, e incluso imponer sus teorías, conceptos y paradigmas, más allá del aparentemente sencillo intercambio cultural.

Estamos convencidos de que el contenido simbólico que los bienes y servicios culturales crean, recrean y transmiten, es el que nos permite definir el sentido de pertenencia y construirnos como seres humanos; con nuestros propios tiempos y en nuestras propias formas de vida.

Bibliografía

Ávila Álvarez, A. y M.A. Díaz Mier (2001). *La Economía de la Cultura: ¿Una Construcción Reciente?* ICE Información Comercial Española, Revista de Economía, Ministerio de Economía de España, Madrid.

Batista Medina, J.A. (s/f). *Economía cultural: elementos para un análisis cultural de lo económico y para una crítica de la Economía (ortodoxa)*. Laboratorio de Antropología Social e Instituto de Ciencias Políticas y Sociales Universidad de La Laguna, La Laguna,

<http://www.ucm.es/info/ec/jec9/pdf/A09%20%20Batista%20Medina,%20Jos%20Antonio.pdf>

Baumol, W. J. y W. G. Bowen (1996). *Performing Arts: The Economic Dilemma*. Cambridge: MIT Press.

Blaut, J.M. (1993). *The Colonizer's Model of the World: Geographical diffusionism and Eurocentric history*. Nueva York: The Guilford Press.

de Souza Silva J. et al. (2006). *¿Quo Vadis, Transformación Institucional? La innovación de la innovación, del cambio de las cosas al cambio de las personas que cambian las cosas*. San José: Red Nuevo Paradigma,

de Souza Silva, J. (2008). “Otro paradigma para el desarrollo humano sustentable – Parte I Ascenso y declinación de la ‘idea de desarrollo’”. Artículo invitado en: *Revista de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador* (PUCE), Número Monográfico, abril, Quito.

Durán, José María (2008). “Sobre el modo de producción de las Artes. Marx y el trabajo productivo”. *Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas* 17 (2008.1). Publicación electrónica de la Universidad Complutense.

Escobar, A. (1995). *Encountering development. The making and unmaking of the Third World*. Princeton: Princeton University Press.

Fernández de Rota, J. y J.A. Monter (2000). “Interpretación antropológica y economía”. En: *Antropología, Horizontes Interpretativos*, C. Lisón-Tolosana (ed.): 31-41. Granada.

Getino, Octavio (s/f). “La Cultura como capital” documento de estudio, https://encrypted.google.com/#sclient=psy&hl=es&source=hp&q=octavio+getino+la+cultura+como+capital&aq=f&aqi=&aql=&oq=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=3ce3aa8274f38c4&biw=1280&bih=619

_____(s/f). En: Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, No. 4, Dossier Consumos Culturales, Buenos Aires, p.1.

González, Tatiana y José Illescas (2003). *Acerca de nuestra identidad de sociedad, de cultura y de civilización originaria*. Cochabamba: Ediciones Tuky Riqch'arina.

Horkheimer, M. y Th. W Adorno (1971). *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Editorial Sur.

Laffont, J.J. (2008). *Externalities*. The New Palgrave Dictionary of Economics. Second Edition. Eds. Steven N. Durlauf and Lawrence E. Blume. Palgrave Macmillan.

Martín Barbero J. (1987). “Industria cultural: capitalismo y legitimación”. En: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Jesús Martín Barbero. Barcelona: Gustavo Gilli.

Mattelart A. y J. M. Piemme (1982). “Las industrias culturales: génesis de una idea”. En: *Industrias culturales: el futuro de la cultura*, México: UNESCO.

Montalvo, G. (2008). *Análisis con enfoque de género de la cadena de valor de las hierbas aromáticas en Ecuador*. Quito: UNIFEM – CONAMU.

Nicholson W. (1997). *Teoría microeconómica*. Madrid: Mc Graw Hill.

Puente, Stella (2007). *Industrias culturales*. Buenos Aires: Prometeo.

Sahlins, M. (1997) [1976]. *Cultura y razón práctica*. Barcelona: Gedisa.

SENPLADES (2010). *Los nuevos retos de América Latina: socialismo y Sumak Kawsay*. Quito: SENPLADES.

Yúdice, G. (2010). “Derechos Culturales”. En: Vicario et al., *Cultura y transformación social*, María Fernanda Troya recopilación y edición, Quito.