

REFLEXIONES TEÓRICAS SOBRE LOS CONCEPTOS INDUSTRIAS CULTURALES/INDUSTRIAS CREATIVAS. RUPTURAS Y CONTINUIDADES EN LAS PRÁCTICAS DE CONSUMO POS PANDÉMICOS EN ESPACIOS CULTURALES BONAERENSES

Silvana Pauloni | Universidad Nacional de La Plata
spauloni@hotmail.com

Laura Gómez | Universidad Nacional de La Plata
lgomez@perio.unlp.edu.ar

Leonardo González | Universidad Nacional de La Plata
lgonzalez@perio.unlp.edu.ar

En tiempos de la Web 2.0 donde más que una tecnología es una actitud de los usuarios el ser protagonistas frente a la circulación, manejo y jerarquización de la información, tanto productores como consumidores están provocando que la atención del público sea cada vez mas voluble, por ejemplo se ha perdido la costumbre de prestar atención continua a un canal de TV. En el mundo televisivo la incorporación del control remoto en las propias pantallas, así como la multiplicación de canales, el crecimiento de pantallas de uso individual y las continuas interrupciones publicitarias, entre otros factores; han creado el hábito de la movilidad, ha llevado a las audiencias a ser versátiles, poco fieles, a moverse por impulsos, a aburrirse rápido, a tener poca paciencia o a ser audiencias menos

tolerantes. Esto, consideramos, va unido a fenómenos que afectan las percepciones, los contenidos, los usos y surgimiento de nuevas prácticas culturales en las generaciones jóvenes.

Martín-Barbero (2007) es uno de los autores de origen latinoamericano que reflexiona sobre estos procesos, afirmando que la revolución de la tecnología inserta en las sociedades de hoy no sólo son nuevos instrumentos, nuevas máquinas, sino que es responsable de reconfigurar las relaciones entre procesos simbólicos y formas de producción y distribución, creando un modo de producción directamente asociado a un nuevo modo de comunicación.

El usuario deja de ser un simple receptor de información, consumidor pasivo y sedentario de los medios tradicionales, y adopta un rol activo frente una oferta completa y heterogénea de contenidos que él mismo puede seleccionar según sus necesidades. José Luis Orihuela los denomina prosumidores, pues no sólo se convierten en consumidores de medios interactivos sino que llegan a participar incluso en la producción de contenidos (Orihuela, 2000).³⁰

La World Wide Web ya es un espacio en constante innovación donde se generan entornos, nuevas prácticas y usos comunicacionales. La revolución digital y el frenético avance tecnológico al ámbito de los dispositivos móviles no hacen más que acelerar y aumentar las hibridaciones intermediáticas. Las industrias culturales se han re acomodando y están conviviendo con lo digital, de estas prácticas se están reconfigurando nuevos consumos culturales con múltiples sentidos.

Sin lugar a dudas, el impacto de la pandemia -generada por el COVID-19- en las industrias creativas, del entretenimiento y la producción cultural plantea una serie de problemas que deberemos tener en cuenta para su análisis, dada la diversidad interna de las industrias culturales y de la producción independiente. Los productores culturales se vieron, por un lado, confrontados con un mayor consumo e incremento en la demanda, no siempre con posibilidad de realizar

³⁰ Orihuela, J.L. Sociedad de la información y nuevos medios de comunicación pública: claves para el debate. En Nueva Revista. Disponible en Internet en: <http://www.unav.es/digilab/nr/> Fecha de consulta: 18 de febrero de 2008.

ganancias, y por otro lado vieron también suspendidas o dificultadas muchas de sus actividades de producción. Nos referiremos a los efectos de la pandemia en la industria audiovisual (entendiendo en esta esfera a la televisión, cine y streaming), en la radiofonía, en la industria gráfica (libros, revistas, prensa diaria y portales de noticias), así como también en el teatro y la música.

García Canclini (1999) examina distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo; entre ellos, los modelos que lo definen como lugar donde las clases y grupos compiten por la apropiación del producto social, o como espacio de diferenciación social y de distinción simbólica, o como sistema de integración y comunicación, o como proceso de objetivación de deseos, o como proceso ritual. De la discusión de estos modelos se concluye que si bien cada uno de ellos es necesario para explicar aspectos del consumo, ninguno es autosuficiente. Es decir, que García Canclini (1993) establece una perspectiva que es concordante con la que sustentan Mary Douglas y Baron Isherwood (1979) acerca de la práctica del consumo cultural. Douglas e Isherwood consideran que el consumo de cualquier tipo de mercancías constituye una práctica cultural en tanto que las mercancías “sirven para pensar” y “sirven para construir un universo inteligible”. De igual forma, los productos denominados culturales tienen valores de uso y de cambio, y contribuyen a la reproducción de la sociedad y a la expansión del capital humano. Asimismo, los valores simbólicos que son conservados en las prácticas culturales y en las formas con las cuales los individuos acceden a un determinado consumo en lugar de otro, prevalecen sobre los bienes materiales (no intelectuales) y de intercambio mercantil. El consumo es, en términos empíricos, una “práctica cultural fundamental que existe en nuestra sociedad y no sólo en relación con los medios, sino en relación con la cultura en general” (Mata, 1993:92). Y se presenta bajo el semblante de un articulador de un sinnúmero de prácticas culturales, que van desde el consumo a la producción.

Según estudios realizados por el Sistema de Información cultural de la Argentina (Sinca)³¹ el impacto diferencial de la pandemia para el sector cultural está directamente relacionado con su grado de dependencia respecto de la presencialidad. Esta distinción puede hacerse hacia al interior de algunos de

³¹ SINCA. Fuente: CSC (DNCN - SInCA) www.sinca.gob.ar (visualizada el 10/05/2022)

sectores culturales: entre las actividades culturales dependientes de la presencialidad figuran el cine (sector Audiovisual) y los shows en vivo (sector Música), así como los sectores Artes escénicas y Patrimonio material en su totalidad. En este grupo de actividades la caída de la producción durante 2020 fue, en promedio, del 65%. De todas estas actividades la más golpeada fue el cine, cuya caída totalizó un 81%.³²

Las industrias culturales no solo son parte importante en el sector económico con su rentabilidad en los modelos de negocios, son también parte de un valor simbólico y cultural central en el desarrollo cultural de los países. El concepto de industria cultural, que surgió de un reexamen crítico advenido por los efectos de la producción industrial sobre la cultura, fue re significado a partir de las transformaciones socio histórico que se sucedieron al compás de los procesos de globalización económica y cultural. Desde la segunda mitad del siglo XX se conformó un pensamiento acerca del sector cultural como una esfera que estaría no solo destinada a cumplir una importante función en la economía, sino que sería primordial para el crecimiento cultural de los países.

Sin embargo, en las últimas dos décadas el concepto de industrias culturales sufrió una nueva modificación, virando hacia el de “industrias creativas”, que implica a un conjunto más amplio de actividades en las que el producto o servicio contiene un elemento artístico o creativo sustancial. Tienen “un potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” (DCMS, 2011: 5).³³ El término que se ha desarrollado en las últimas dos décadas “ha ampliado el ámbito de las industrias culturales más allá de las artes y ha marcado un cambio en el enfoque del potencial comercial de actividades que hasta hace poco se consideraban no económicas” (UNCTAD, 2008: 18)

En este contexto en la Argentina, el Poder Ejecutivo dispuso un régimen de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio desde el 19 de marzo de 2020, que se

³² SINCA. Fuente: CSC (DNCN - SInCA). www.sinca.gob.ar (visualizada el 10/05/2022)

³³ Cohn, G. (2007). “Teoría Crítica”, en C. Altamirano, Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires: Paidós. Department of Culture, Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.

fue extendiendo con ajustes y modificaciones hasta fin de año. Se fijó la permanencia obligatoria en los hogares de los ciudadanos, exceptuando a los afectados a actividades esenciales. De esta manera, se dispuso el cierre de todo tipo de establecimientos e instituciones artísticas y culturales: cines, teatros, centros culturales, salas de concierto, museos, centros de exposiciones, ferias artesanales, entre otros. Algunas de estas actividades fueron habilitadas parcialmente hacia fin de año, gracias al descenso de la tasa de contagios informada por el Ejecutivo nacional, sujetas a protocolos de limitación de aforo y distancia entre clientes.

Sumidos en una crisis económica que ya era compleja antes de la pandemia, los artistas y productores culturales –tanto del ámbito privado como público, así como las empresas del sector, se vieron en una situación muy delicada. El aislamiento obligó al cierre de todos los espacios y generó una caída abrupta de los ingresos del sector. Frente a esta crisis sanitaria, que desde el comienzo se previó que afectaría especialmente a un sector cultural ya muy golpeado, el nuevo gobierno asumido por la coalición Frente de Todos y, en particular, el Ministerio de Cultura a cargo de Tristán Bauer, delinearon una serie de estrategias y políticas.

El COVID-19 obligó a la sociedad a crear nuevos espacios de convivencia, una nueva normalidad despertó hábitos de consumo en las personas, se aceleró el uso de la tecnología y generó un cambio en las industrias, entre ellas, las industrias culturales, especialmente respecto a la manera de interactuar con el público. Mientras el mundo se encerró, la gente siguió consumiendo cultura desde sus dispositivos, internet fue fundamental, la música reconfortó, el quehacer artístico cultural se volcó a las redes, los hábitos cambiaron y el consumo cultural más aún. En el inicio del confinamiento muchos vaticinaban los cambios que traería la nueva normalidad en el área cultural, entre los que se pueden identificar claramente la virtualización de una mayoría de actividades artísticas culturales, el trabajo remoto, el acceso a nuevos públicos más allá de las limitaciones geográficas, el mundo on line donde la participación de la ciudadanía como espectador de la difusión de los eventos culturales a través de las redes sociales, acentuó la democratización de la cultura.

Se observa a partir de las nuevas prácticas en el campo del consumo cultural, que

hay un antes y un después a partir de la presencia imperiosa de las nuevas tecnologías en las actividades artístico- culturales y se observa una renovación en el diseño de los eventos culturales, las agendas transforman también la manera de investigar, si antes analizábamos por ejemplo la asistencia a los cines para medir el consumo cultural ahora la existencia de las plataformas en internet cambian esa situación debido a los nuevos intereses del público consumidor, lo mismo sucede en música y varios otros tipos de consumos culturales. Esto hace repensar, debido a esta mutación, en los consumos culturales que vivimos de manera acelerada.

Palabras Claves: INDUSTRIA CULTURAL- PRACTICAS DE CONSUMO- COMUNICACIÓN DIGITAL

EL ACERVO A DISPOSICIÓN DEL PUEBLO, EL IDEARIO DE PETTORUTI

Nuestro objeto propuesto en el análisis inicial es el Museo Provincial de Bellas Artes, Emilio Pettoruti. Espacio que surgió en la década de 1920 de la mano del Círculo de Bellas Artes integrado por artistas y amantes de las artes plásticas de la ciudad de La Plata. El Círculo de Bellas Artes promovió la creación de un Museo de Bellas Artes (desde el 2007 lleva el nombre del artista Emilio Pettoruti), que en su inicio fue dirigido por Ernestina Rivademar. Su patrimonio inicial estaba constituido por la Colección del Gobierno de la Provincia (que contaba con tan solo 4 obras) y por la Colección Juan Benito Sosa, donada por el coleccionista en el año 1877 al Gobierno de la Provincia, con la condición de que sirviera de base para la futura creación de un museo público de arte integrado por óleos coleccionados entre 1865 y 1877.

En 1930 fue designado el segundo director del Museo, el pintor Emilio Pettoruti, quien procedió a reorganizarlo, su política transformó la fisonomía patrimonial del Museo que, notablemente acrecentada, dejó de ser una colección provincial para convertirse en una colección de arte argentino con fuerte predominio de obras realizadas por artistas enrolados en el modernismo de las estéticas vanguardistas irradiadas por el Centro Artístico Internacional de París.

Con el devenir de los años el Museo pasó por distintas conducciones y traslados de sus salas de exposición (como el casco de la estancia Pereyra Iraola o el Pasaje

Dardo Rocha, ambos sitios en la capital de la provincia de Buenos Aires). El 29 de abril de 1959, al ser sancionada la ley 6.141, se declara de utilidad pública y sujeto de expropiación el cine Güemes, ubicado en la Av. 51 n° 525 de la ciudad de La Plata, para ser destinado al funcionamiento del Museo Provincial de Bellas Artes. Así, entre 1963 y 1965, el Museo, bajo la dirección del Dr. Ángel Osvaldo Nessi, retomó un papel activo de relación con la comunidad y con el arte de vanguardia de aquel entonces, acrecentando la colección con ese tipo de obras.

Con el regreso de la democracia en 1983 el Museo volvió a construir políticas de participación y vínculo con la comunidad; en 1984 se instituyó el llamado Salón Trienal Provincia de Buenos Aires, nombre que remite a la rotación de las disciplinas cada tres años, y con él se continúa la adquisición de obras a través de convocatorias provinciales –y en algunas ediciones, nacionales-, retomando la tradición que caracterizó al Museo desde su apertura en la década del '20-.

El Salón Trienal pasó a llamarse a mediados de los '90 Florencio Molina Campos, en homenaje al famoso artista e ilustrador, y a este certamen se le sumaron el Salón Provincial de Arte Joven –pensado como estímulo a los jóvenes artistas bonaerenses en los primeros años y luego de 1992, con premios Adquisición- y el Salón “La mujer y su protagonismo cultural”, que se desarrolló entre los años 1988 y 2004.

A partir del año 2007 se generó también un espacio dedicado al arte contemporáneo experimental, que se inició bajo el nombre de Sala RPM y que ahora lleva el nombre de Microespacio y Observatorio Audiovisual, constituido como un ámbito importantísimo de participación para las nuevas expresiones artísticas inter y transdisciplinares.

Este Museo cuenta en la actualidad con más de 3300 obras pictóricas (ubicándose entre las 10 colecciones más importantes de la Argentina), 5000 volúmenes en la biblioteca “Ernestina Rivademar”, la realización de talleres de conservación junto a la Universidad Nacional de La Plata, la puesta en marcha de programas educativos, cursos, seminarios de historia, áreas de extensión y organización de Salones Anuales para otras instituciones.

Federico Ruvituso es el actual director del Museo Provincial de Bellas Artes, evoca las palabras de Pettoruti al recordar los diseños que proyectaba para el flamante espacio: “Debemos conseguir, antes que cualquier otra cosa, que el Museo ´vaya hacia el público´. He aquí su primera función dinámica. Y su primera función docente y cultural (...) La gran función docente que debe cumplir un museo americano de arte es educar al pueblo. El arte debe llenar una misión social”.

Es entonces que en la tarea de convertir el Museo en una institución dinámica, moderna y latinoamericana, entre sus grandes planes está el de crear una biblioteca, un primer anaquel de libros sobre la historia del arte argentino, pensado para que el público pueda aprender e informarse sobre el mundo del arte local e internacional. El primer anaquel se inicia con un volumen inesperado, uno que aún se conserva en el Museo. En 1930 Francisco De Santo (1905-1971), artista de veintiocho años, da sus primeros pasos en la pintura, el grabado, la ilustración y el mural; su carrera será diferente a la de Pettoruti, incluirá viajes por Latinoamérica, interés en los temas telúricos, en el realismo, y en el muralismo mexicano. Pettoruti recibe un regalo de De Santo, un cuaderno de impresiones, grabados hechos en sus primeros viajes por el país y en sus tardes en el puerto de Ensenada y en bosque de La Plata. “Aguafuertes y aguatinas de Francisco Américo De Santo” se convierte así en el primer libro de esa biblioteca imaginaria.

No consideramos casual que a noventa y nueve años de la fundación del Museo y preparando el centenario, en el mes de septiembre del 2021 y como parte de las continuas actividades que lleva adelante este espacio cultural, el viejo cuaderno de De Santo fue editado por primera vez de forma digital e iniciando la *Colección de archivo* para acercar, gracias a la virtualidad, la historia del arte bonaerense.

Según Ruvituso, Pettoruti llevó adelante una propuesta expansiva y dinámica de museo, apuntaba a un museo como espacio vivo, sin espacios estancos, dejó la impronta de apertura al interior de la Provincia con una función educativa e identitaria del museo. Esa visión dinámica y aperturista persiste en la actual gestión, y fue columna para sostener al espacio cultural en tiempo de pandemia y en el actual intentando retomar su dinamismo.

El Museo hoy “es un espacio dinámico y para todos, no queremos que haya esa

idea de "¿acá yo no entro porque no sé, se encuentran disponibles desde audioguías, apoyaturas textuales grandes y sencillas; es un museo donde entran en diálogo los paisajes y el arte contemporáneo, las presentaciones de libros, performance, y la música los días viernes o sábado a la noche, y también es un centro cultural con una importante presencia en las redes" asegura Ruvituso.

Al momento de cerrar este trabajo se proyecta una actividad colectiva a la que se invita a los vecinos de la ciudad a la inauguración del mural colaborativo que comenzó a realizarse el día del acto por los 100 años del Museo y que estará emplazado en su fachada. Con la coordinación desde el Museo de Angie Rodríguez, el equipo de artistas conformado por Victoria Gorgojo, Alejandro Vilella, Carolina Cadelli, Dani Sayaman y Verónica Galli trabajaron en la elaboración del mural durante los meses de mayo y junio con visitantes y transeúntes que se acercaron a compartir esta experiencia colectiva.

En sus salas encuentra espacio también la música, con la presentación de solistas y agrupaciones, formaciones como el Coro Pueblo de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires o el Coro Fénix del Hospital de Niños "Sor María Ludovica" de La Plata (estos fueron los últimos en presentarse a inicios de septiembre 2022) y también es escenario de sesiones de Dj's en el acceso al centro cultural.

Las visitas guiadas realizadas para instituciones escolares son parte de su actividad diaria, las educadoras y guías del Museo coordinan diversas actividades según los ciclos y edades de los estudiantes que asisten. En este marco los más chicos también fueron los protagonistas tanto en vacaciones de invierno como durante el mes de agosto, momento en el que el Museo celebró el mes de las niñas con distintas acciones que incluyeron la presentación del libro Río un caimán de Viviana Kert y la obra de teatro de sombras Sapo en Buenos Aires y el taller Hilos de transparencias, ambos a cargo de La Opera Encandilada. Estos fueron días de juegos, música, teatro y aprendizaje para grandes y chicos.

La literatura se hizo presente el pasado 26 de agosto, al conmemorarse un nuevo aniversario del nacimiento de Julio Cortázar, el Museo se convirtió en un espacio literario para celebrar la obra del autor. Se llevaron adelante lecturas de sus obras y

la escucha de audios de Cortázar, se dio lugar así a la discusión sobre su obra y a pensar todos los horizontes abiertos por sus textos.

También entre sus iniciativas actuales, y en correspondencia con el ideario de sus orígenes, se ha convertido en un Museo viajero, desde el pasado 5 de septiembre el Pettoruti se encuentra presente en el Centro Cultural Kirchner con la puesta Cuerpos Intermitentes, con curaduría de Carlos Herrera y Federico Ruvituso. La exposición dividida en cinco núcleos reúne más de cuarenta importantes obras de su patrimonio, a través de su historia centenaria y con trabajos de importantes artistas contemporáneos. O cuando aparece la Ronda de experiencias, que no es mas que el abrir canales de diálogo, pensar las prácticas artísticas desde y para los territorios, acercar los museos, las historias y reimaginar las identidades en comunidad. La primera ronda de experiencias sobre museos y arte contemporáneo fue organizada por el Museo, SAETA de Benito Juárez y la Subdirección Municipal de Museos: Museo Histórico Municipal de Benito Juárez. La propuesta es el debate acerca de los salones provinciales, la historia del arte más allá de las capitales, la curaduría afectiva y la importancia de generar nuevos vínculos entre las instituciones y sus comunidades.

En este inicio exploratorio de la investigación nos encontramos con propuestas que han dejado atrás esa virtualización total de sus actividades y se ubican claramente en este momento de pospandemia, proyectando acciones que intentan volver a situar al espacio cultural entre los vecinos de La Plata y la Provincia.

REALIDAD AUMENTADA Y REALIDAD VIRTUAL

Ante el notorio aumento de transmisiones en vivo, tours virtuales y shows en redes, el tecnólogo Joan Cwaik opina: "Hay una tendencia a tomar conciencia del alcance de las tecnologías y tratar de disminuir las barreras para lograr una mayor cercanía con la audiencia. Me imagino que seremos testigos de muchas iniciativas creativas y emergentes, en el corto plazo, en la escena local, que aprovechen este contexto para ofrecer proyectos culturales distintos y en muchos casos a la distancia". Para el autor de "7R: las 7 revoluciones tecnológicas que transformarán

nuestra vida", cuando el mundo se regularice, luego de que se aplane el ritmo de esta pandemia, "la cultura va a vivir un reseteo en nuestra forma de pensar las conexiones sociales y más que nada el rol del tacto. Habrá una disminución de los contactos sociales y me imagino un escenario difícil para los que trabajen agrupando grandes cantidades de personas", advierte.³⁴

Para ello es necesario poder distinguir, la realidad virtual de la aumentada:

- Realidad Aumentada (AR): En el ámbito científico se le conoce como un conjunto de tecnologías que combinan imágenes reales y virtuales, de forma interactiva y en tiempo real, de manera que permite añadir la información virtual a los elementos que el usuario dispone dentro del mundo real.
- Realidad Virtual (VR): A diferencia de la AR, la VR lleva al usuario fuera del mundo real tal cual lo conocemos, reemplazando éste por un mundo totalmente virtual creado por la computadora, como si fuera un simulador o videojuego.

Como podemos ver, las posibilidades de implantación de ambas tecnologías son muy amplias y se pueden encontrar aplicaciones para diferentes sectores, no sólo en el industrial, sino en sectores ya mencionados anteriormente como puede ser el del ocio u otros más innovadores como el del marketing, turismo, e incluso el de la salud.

Un ejemplo de ello son los espacios culturales como los museos que han sabido adaptarse a esta nueva realidad, y aumentaron notablemente su presencia en internet. No obstante, los museos más reconocidos del mundo habían iniciado un servicio virtual que hoy es más valorado. Aunque se conoce la brecha digital, la coyuntura profundiza el debate sobre museos resilientes que implica reinventarlos, avanzar en su virtualización y el replanteamiento estratégico en redes orientados a la comunidad. Un gran reto, si vemos la poca inversión, la ausencia de políticas públicas coherentes y la fragmentación.

³⁴ Joan Cwaik es un joven emprendedor, tecnólogo, speaker, hunter de nuevas tecnologías, docente universitario, autor y Gerente de Marketing y Comunicaciones para Latinoamérica en Maytronics.

A nivel mundial parece paradójico, que los museos cerraron pero se abrieron a nuevas propuestas y públicos. La cultura, en general, y no solo los museos, ha tomado lugar en estas vertiginosas transformaciones y está llamada a seguir reflexionando críticamente en torno a esta época difícil, en el presente y hacia el futuro. Se trata de expresar los sentimientos y las reflexiones diversas en las artes y el conocimiento. De expresar la época que atravesamos para también pensarla, reflexionarla, producirla y construirla de cara a un futuro donde los hábitos de consumo se han modificado y resignificado en nuevas prácticas culturales. **El presente de una sociedad postpandemia nos está encontrando y reencontrando.**

BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. (1995). "Sobre La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica", en T. Adorno, Sobre Walter Benjamin. Madrid: Cátedra.
- BAUDRILLARD, Jean: "Capítulo 3. La lógica social del consumo" y "Capítulo 4. Por una teoría del consumo" en La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras, España
- BAUMAN, Zygmunt: "Introducción o el secreto mejor guardado de la sociedad de consumidores" en Vida de consumo, México, Fondo de Cultura Económica, 2007
- BENJAMIN, W. (2010). "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en W. Benjamin, Estética y política. Buenos Aires: Las cuarenta.
- BOURDIEU, Pierre (1984) Sociología y cultura. México: Grijalbo
- BOURDIEU, Pierre y LOIC, WACQUANT (1995) Respuestas por una antropología reflexiva. México: Grijalbo. B
- BOURDIEU, Pierre, Jean Claude CHAMBOREDOM Y Jean-Claude PASSERON (1996) El oficio del sociólogo. México D.F.: Editorial Siglo XXI Editores,
- BUSTAMANTE, E. (2009). "De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación...Viejos señuelos para la investigación en cultura", en Diálogos de la comunicación # 78.
- COHN, G. (2007). "Teoría Crítica", en C. Altamirano, Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires: Paidós. Department of Culture,

Media and Sport (2001). Creative Industries Mapping Document. London: DCMS.

- DOUGLAS, Mary: "Capítulo IV. Ni muerta me dejaría ver con eso puesto. Las compras como protesta" y "Capítulo V. La rebelión del consumidor", en *Estilos de pensar*, Barcelona, Gedisa
- FOLLARI, R. (2003). Adorno y Benjamin sobre la cultura: acerca de un equívoco persistente. *Revista Confluencia*, año 1, número 3.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor, " El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica", en N. García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, pp. 15-42, Conaculta, México, 1993.
- MOGUILLANSKY, Marina; FISCHER, Melina y FOCÁS, Brenda (2020): "Prácticas culturales, información y política en la pandemia", *Documentos del IDAES*, en prensa. Buenos Aires.
- NECYC (2020): Encuesta sobre Prácticas Culturales durante la cuarentena, realizada entre junio y agosto de 2020.
- ORTÍZ, Luz; TILLERIAS, Héctor; CHIMBO, Christian y TOAZA, Verónica (2020): "Impact on the videogame industry during the COVID19 pandemic", *Revista Athenea de las Ciencias de la Ingeniería*, vol. 1, pp. 5-13.
- REUTERS INSTITUTE (2020): Encuesta realizada entre marzo y junio de 2020, disponible en <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>
- RIMOLDI, Emiliano (2020): "La cultura en cuarentena", *Question. Periodismo/Comunicación*, Informe Especial Incidentes III, mayo. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/5981/5139>
- WILLIAMS, R., *Sociología de la comunicación y del arte*, Paidós, Barcelona, 1981.
- SINCA (2020): Encuesta Nacional de Cultura. Caracterización de personas y organizaciones de la cultura en el contexto de covid-19. Disponible en: www.sinca.gob.ar
- UNESCO (2020): La cultura en crisis. Guía de políticas para un sector creativo resiliente. Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/publications/cultura-en-crisis-guia-de-politicas-para-sector>