

## III FORO DE ECONOMÍA Y CULTURA

El Programa de Desarrollo Académico Economía y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) a través de la Academia de Arte y Patrimonio Cultural, la Coordinación Académica y el Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales; la División de Ciencias y Artes para el Diseño, el Departamento de Investigación y Conocimiento y el Departamento de Economía de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco (UAM-A); las Facultades de Economía y de Filosofía y Letras, el Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), el Centro Cultural de España en México (CCEMx) y #Red\_esCultura convocan a investigadores/as, académicos/as, estudiantes de licenciatura y posgrado, creativos/as, gestores/as culturales, funcionarios/as públicos, emprendedores/as culturales, directivos/as de incubadoras y organizaciones culturales, así como a todos/as los/as interesados/as a participar en el III Foro de Economía y Cultura, que tendrá lugar en la Ciudad de México los días 22, 23, 24, 25 y 26 de septiembre de 2015.

El programa final del evento estará conformado por actividades con diversos formatos; mesas de discusión, conferencias magistrales, talleres y otras actividades, con el propósito de comprender la complejidad de los circuitos de producción, circulación y consumo en la intersección Economía y Cultura.

Se podrá participar en el Foro en la modalidad de ponencia, según las bases de la presente convocatoria:

### MESAS DE DISCUSIÓN

#### MESA 1. Procesos de Formación en Economía y Cultura

La cultura se ha convertido en el centro de varios debates contemporáneos. Ante los cambios de paradigmas que relacionan lo cultural con otros ámbitos como el económico y legal, se requiere de profesionales con perfiles interdisciplinarios para analizar las problemáticas surgidas en el marco de estos nuevos escenarios. Esta mesa invita a reflexionar sobre cómo los diferentes programas de formación universitaria en Economía, Derecho, Administración y Gestión Cultural, entre otros, están integrando y promoviendo en sus planes de estudio nuevos contenidos

relacionados con la economía de la cultura, el desarrollo y el crecimiento económico y su relación con el sector cultural, la propiedad intelectual e industrias culturales y creativas, los bienes comunes, los modelos de gestión gerencial y de economía solidaria, etcétera.

## **MESA 2. Procesos y problemáticas de la producción cultural**

En el panorama actual, la intersección entre la economía y la cultura hace necesaria la discusión sobre los marcos institucionales, nacionales e internacionales que influyen en los procesos de producción cultural: los marcos jurídicos, las reglamentaciones, las políticas culturales, de fomento económico y de fiscalización. La producción industrializada de la cultura relacionada con las innovaciones tecnológicas, las finanzas y ciertos modelos de organización plantea una recomposición de la producción cultural en sus distintas dimensiones. En este sentido, el Foro propone como preguntas fundamentales: ¿Cuál es el estado actual de la producción cultural en México y en otros países? ¿Son los marcos institucionales nacionales todavía determinantes en la producción cultural? ¿Qué ocurre con las industrias, los mercados y los actuales instrumentos precarios de autofinanciamiento? ¿Cómo afectan los recortes presupuestales recientes a la producción cultural? ¿Se pueden construir alternativas en el sector privado o social que fortalezcan la formación, la creación y la capacitación? ¿Son las plataformas tecnológicas y las redes sociales herramientas significativas y alternativas en la producción cultural? ¿Qué sucede con esquemas de financiamiento de la cultura vía los bancos, fondos públicos o redes solidarias? ¿Cómo se traducen estos cambios en los procesos creativos de los individuos y colectivos culturales y sus formas de organización?

## **MESA 3. El trabajo cultural: derechos económicos, sociales y culturales ante la flexibilización laboral**

Ante las tendencias a la disminución de los costos laborales y la reformulación de las condiciones generales del trabajo, es necesario indagar cómo se ve afectado el campo cultural y los derechos económicos, sociales y culturales de sus trabajadores. La situación del campo expone dinámicas de formas flexibles de organización del trabajo, desprotección de la seguridad social, precariedad e informalidad en el empleo. En este proceso hay que incluir el cuestionamiento sobre cómo se condicionan los derechos de los trabajadores en el campo cultural ante los cambios estructurales de la economía, ¿qué nuevas formas de organización, vinculación y colaboración surgen entre los agentes económicos y culturales? y ¿qué tipo de cambios y retos se generan en la producción, creación y formación en el ámbito cultural?

## **MESA 4. Distribución y consumos culturales**

Los actores y las redes en los distintos procesos de distribución y de consumo imperantes en el sector cultural han generado propuestas alternativas para el intercambio de bienes y servicios culturales. El surgimiento de nuevas ofertas y lógicas de distribución, así como de diferentes formas de consumo hace necesario dirigir nuestras miradas hacia los actores emergentes, los mecanismos alternativos de intercambio, distribución y exhibición, los nuevos mercados generados, los medios que se utilizan para la funcionalidad de éstos, la caracterización del consumo y el impacto de estas nuevas prácticas a nivel regional e internacional. Las galerías atípicas, ferias, los tianguis, bazares, intercambios directos, bancos de tiempo, redes solidarias con empeño crítico y alternativo enfrentan importantes retos: ¿Cómo ser funcionales ante los grandes competidores que basan su fuerza en el puro afán de lucro, el monopolio y la cooptación de los pequeños redes y actores?, ¿cómo acceder a un amplio abanico de consumidores y aspirar a la idea del consumo crítico, consumo responsable o consumo solidario fortaleciendo redes de distribución ciudadanas?

## **MESA 5. Economía colaborativa y *crowdfunding***

El uso de la tecnología y el libre acceso a internet han cambiado las maneras tradicionales de compartir, intercambiar, prestar, alquilar y regalar a través de la organización de los/las ciudadanos/as como una forma de colaboración mutua. El consumo compartido supone un cambio cultural y económico en los hábitos de los/las consumidores/as, que va de un escenario de consumo individual hacia nuevos modelos basados en redes sociales y plataformas de tipo "red-entre-iguales".

El *crowdfunding* o proceso de financiación colectiva de un proyecto (artístico o empresarial) ha demostrado ser un instrumento eficaz de apoyo al desarrollo de ideas e iniciativas, que no tendrían cabida en un marco tradicional (entidades financieras y ayudas públicas). ¿En qué consiste? ¿Qué vías de desarrollo tiene? y, sobre todo, ¿qué diferencias hay entre el *crowdfunding* y la economía colaborativa?, ¿a qué se refieren cada uno de esos términos?

## **MESA 6. El diseño en la producción y consumo de bienes culturales: presente y futuro**

La sociedad contemporánea y su evolución se basan en la tradición cultural y la creatividad de los seres humanos, así como también en el desarrollo social y económico. Los bienes culturales son el producto y también el testimonio de las tradiciones y elaboraciones del espíritu humano del pasado de los pueblos. La expresión "bienes culturales" incluye los lugares y monumentos arquitectónicos,

arqueológicos o históricos reconocidos y registrados como tales, así como también los vestigios del pasado no reconocidos ni registrados de importancia artística o histórica. En estos contextos, el diseño tiene un papel activo en la producción cultural, ya que colabora en la conformación de las dimensiones simbólica y material con base en imágenes, espacios y objetos de diseño con determinaciones históricas. Por tanto, reflexionamos en torno a: ¿Qué tipo de relaciones establece el diseño en la conformación de bienes culturales?, ¿cuál es su papel en estos procesos? Esta mesa invita a participar con trabajos relacionados con temas afines al área de conocimiento del diseño de espacios, de mensajes gráficos y de productos de diseño industrial y artesanal que representan, o pueden representar en el futuro bienes culturales vinculándose a las dinámicas de la economía y la cultura.

## **BASES DE PARTICIPACIÓN**

### **A) De la presentación del resumen de las ponencias:**

1. Las/os interesadas/os deberán enviar por correo electrónico la siguiente información:
  - I. Título de la ponencia.
  - II. Resumen de 300 a 500 palabras.
  - III. Cinco palabras clave.
  - IV. Mesa de interés (anotar dos opciones, la primera será la prioritaria).
  - V. Datos personales (nombre completo, institución de adscripción, currículum vitae, número de teléfono (fijo y móvil) y correo electrónico). Deberán enviarse todos los datos solicitados por cada autor/autora de la propuesta.
  - VI. Las propuestas en coautoría están permitidas, siempre y cuando éstas no excedan de tres autores/as.
  - VII. En caso de remitir más de una propuesta por persona o grupo de trabajo, se elegirá sólo uno de los resúmenes enviados.

La **fecha límite de recepción de resúmenes** de las ponencias será el viernes 3 de julio a las 24:00 horas.

Los resultados de las propuestas aceptadas se comunicarán a las y los interesadas/os vía correo electrónico entre el lunes 27 y el miércoles 29 de julio.

### **B) De la presentación de ponencias completas**

1. Con objeto de asegurar su participación dentro del Foro, **la ponencia completa deberá entregarse a más tardar el día viernes 21 de agosto de 2015.**
2. Las **ponencias** deben ser presentadas en formato Word, tamaño carta, letra Arial 12, formato justificado, interlineado de 1.5, con un máximo de 10 páginas, incluyendo bibliografía. Debe incluir: título, nombre del autor/es, correo electrónico, institución,

universidad u organización a la que pertenece; resumen y palabras clave de la ponencia.

3. Se deben incluir los siguientes elementos básicos:

Introducción: descripción del tema o problema en torno a la economía y la cultura; señalar si es resultado de una investigación en curso o concluida.

Desarrollo: reflexión teórico–metodológica, análisis y discusión, aportes al tema o problema.

Conclusiones: reflexiones finales, resultados o hallazgos.

Bibliografía: indicar la citada en el texto. Las citas y bibliografía se realizarán en formato APA.

Las propuestas deberán enviarse exclusivamente a los siguientes correos electrónicos: [economiayculturamx@gmail.com](mailto:economiayculturamx@gmail.com) y [foro@economiaycultura.org](mailto:foro@economiaycultura.org). Se emitirá un acuse de recibo en un plazo no mayor a las 48 horas después de haber enviado la propuesta.

Las propuestas serán valoradas por un Comité Dictaminador conformado por especialistas e investigadores de arte, patrimonio cultural, economía, diseño, comunicación y gestión cultural. Su fallo será inapelable.

En caso de ser aceptada la propuesta de ponencia, cada participante deberá cubrir y gestionar los gastos que le genere su asistencia al Foro.

Este es un evento libre y gratuito para expositores y público. Las instituciones convocantes no manejan recursos ni apoyos económicos para los participantes. Cualquier situación imprevista será resuelta por el equipo organizador del Foro. Su fallo será inapelable.

**Informes:** [economiayculturamx@gmail.com](mailto:economiayculturamx@gmail.com)  
[foro@economiaycultura.org](mailto:foro@economiaycultura.org)

**Teléfonos:**  
UACM. 51349804, ext. 11211, 11216 y 11320

[www.facebook.com/foroecocul](https://www.facebook.com/foroecocul)

[www.facebook.com/foro.uacmunam](https://www.facebook.com/foro.uacmunam)

[www.economiaycultura.org](http://www.economiaycultura.org)

## COMITÉ ORGANIZADOR Y CONSEJO ACADÉMICO

### Coordinación General

Marissa Reyes Godínez

### Coordinación Académica

Jorge Linares Ortiz

#### UAM-A

##### Departamento de Investigación y Conocimiento

Marco Vinicio Ferruzca Navarro  
José Silvestre Revueltas Valle

#### CCEMx

Carlos Ruiz González  
Eva Gómez Suárez

#### UNAM

##### Facultad de Economía

Leonardo Lomelí Vanegas  
César Octavio Vargas Téllez

#### UACM

##### Departamento de Economía

Abelardo Mariña Flores  
Jesús Lechuga Montenegro  
Daniel David Jaime Camacho

##### PDA Economía y Cultura

Marissa Reyes Godínez  
Jorge Linares Ortiz  
Alejandra Vargas Gracia

##### Facultad de Filosofía y Letras

Gloria Villegas Moreno  
José David Becerra Islas  
Mariflor Aguilar Rivero  
Susana Colin Moya

#### #Red\_esCultura

Lisa Moncada Mercado  
Niurka Chávez Soria

#### IIEc UNAM

Verónica Villarespe Reyes  
Berenice Ramírez López

