

# FORO DE ECONOMÍA Y CULTURA

## CONVOCATORIA

La Academia de Arte y Patrimonio Cultural de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) a través de la Coordinación Académica, el Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales y la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) convocan a investigadores, académicos, profesionistas, estudiantes de licenciatura y posgrado, así como a todo aquel interesado a participar en el Foro de Economía y Cultura, a realizarse en el Plantel Centro Histórico de la UACM y en la Facultad de Economía de la UNAM los días martes 6 y miércoles 7 de septiembre de 2011.

Dicha actividad se realizará bajo la modalidad de mesas de trabajo y conferencias magistrales a fin de describir y analizar problemáticas y alternativas de solución, de acuerdo con los siguientes tópicos:

### MESAS DE TRABAJO

#### 1. Economía y Cultura. Aproximaciones teóricas

Las relaciones entre economía y cultura no son asunto reciente, sin embargo, en los últimos años, hablar de este binomio se ha convertido en un foco de atención importante para diversos actores del ámbito cultural, económico, político y social. Al parecer la economía ha avanzado en la aceptación de la cultura como elemento importante que influye en el crecimiento y desarrollo de los países y en los resultados económicos de distintos grupos. No obstante, el terreno necesita de mayor reflexión y consenso en cuanto a los nuevos tópicos surgidos y el uso conceptual dentro de la relación economía y cultura. Esta mesa, invita a participar con textos reflexivos sobre los cruces entre estas dos disciplinas tales como la Economía de la Cultura, la Economía Cultural, la Economía del Arte y la Literatura, Economía de la Creatividad, la Economía del Patrimonio Cultural, algunas cuestiones relativas al valor, entre otros. Asimismo, se exhorta a presentar textos que detonen la discusión sobre el uso de algunos conceptos importados de las áreas económico- administrativas hacia el área cultural, como: el marketing (cultural), micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes culturales, etcétera.

## **2. La Nueva Economía y la Sociedad del Conocimiento**

En las últimas décadas, el conocimiento ha adquirido un rol estratégico en la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, en donde elementos intangibles como el saber hacer (*know how*) y la creatividad han ocupado lugares cada vez más importantes. Bajo este nuevo escenario, conocido como sociedad o economía del conocimiento surgen nuevas interrogantes: ¿Qué son exactamente estas economías del conocimiento? ¿Qué papel juegan las culturas locales y los saberes tradicionales en esta nueva configuración mundial? ¿Cuál es la situación de nuestro país? ¿Qué transformaciones tienen las industrias culturales y creativas en la economía global del conocimiento? ¿Cómo se insertan las diversas figuras de propiedad intelectual en el ámbito de la cultura?

## **3. Industrias Culturales y Creativas**

El término Industrias Creativas alude a un conjunto amplio de actividades culturales que pueden ser de carácter individual o colectivo. En ellas se incluye a las conocidas Industrias Culturales y a muchos actores más del campo cultural como las artes escénicas, la arquitectura, artes visuales, la moda, el diseño, la publicidad entre otros. A los interesados en esta mesa de trabajo se invita a participar con la presentación de exploraciones y acercamientos metodológicos al desarrollo y problemáticas de las Industrias Culturales y Creativas tales como: experiencias, iniciativas, prácticas, estudios de caso, análisis estadísticos, entre otros, que muestren un panorama actual de la dinámica de las mismas.

## **4. Cultura, Economía y Turismo**

En el contexto actual de América Latina, las transformaciones culturales y económicas se vinculan de manera estrecha con el turismo. Los ambientes locales sufren importantes adaptaciones en términos de los procesos materiales y de la producción simbólica local. En este sentido, esta mesa propone revisar algunas dimensiones que surgen a partir de las prácticas del turismo, las culturas locales y los agentes mediadores —como es el caso de los gestores culturales y otros— que participan en la producción de los procesos culturales locales. Temas posibles: procesos turísticos en contextos étnicos, integración o exclusión social, programas de gobierno: desarrollos turísticos y políticas culturales, centros históricos patrimoniales, patrimonio natural; gestión del patrimonio cultural con foco en el turismo, economía del turismo, entre otros.

## **5. Incubadoras culturales y empresas culturales**

Desde hace algunos años, en algunas ciudades latinoamericanas y más recientemente también europeas, se han suscitado una serie de incubadoras de empresas que han virado de ser exclusivamente de base tecnológica o tradicional, al campo de la incubación de proyectos del ámbito cultural y creativo. Actualmente, existen emprendimientos desarrollados dentro incubadoras expresamente organizadas desarrollar proyectos enfocados a algún tópico relacionado con la cultura. Asimismo, algunas incubadoras “tradicionales” están incorporando proyectos culturales dentro de sus líneas de acción e incluso incentivando la creación de este tipo de propuestas, muchas de ellas primordialmente enfocadas al turismo. De manera paralela, están los emprendimientos culturales que no han sido desarrollados dentro un modelo de incubación. Ante esta nueva modalidad de incubación e incentivación de emprendimientos surgen varias interrogantes: ¿las empresas culturales están encontrando un equilibrio real entre las ganancias monetarias y las ganancias de tipo social y cultural? ¿Las secretarías y ministerios de economía y comercio están promoviendo una política de impulso a estos emprendimientos?, es decir, políticas de exención de impuestos y/o tasas preferenciales, estímulo

del mercado interno, capital semilla, personal capacitado en temas de cultura, economía y administración para la evaluación y asesoría integral de estos proyectos, etc. En este sentido invitamos a presentar trabajos que reflexionen en torno a estas y otras interrogantes, así como a presentar análisis de casos de incubadoras en México y el extranjero y experiencias de emprendimientos culturales surgidos dentro y fuera de las incubadoras culturales

## BASES DE PARTICIPACIÓN

### a) De la presentación de las ponencias

1. La/el interesada (o) deberá enviar por correo electrónico la siguiente información:

I. Título de la ponencia

II. Resumen /*Abstract* Máximo setenta palabras.

III. Cinco palabras clave

IV. Mesa en la que desea que se inscriba su ponencia (anotar dos opciones, la primera opción será la prioritaria).

V. Resumen curricular de quince líneas como máximo.

VI. Datos personales (nombre completo, institución de adscripción, teléfono y correo electrónico)

2. La fecha límite para el envío de la propuesta de la ponencia, será el día viernes **24 de junio de 2011 a las 24:00 hrs.**

3. Las propuestas de ponencias deberán enviarse a los siguientes correo electrónicos: [economiaycultura@uacm.edu.mx](mailto:economiaycultura@uacm.edu.mx) y/o a [economiayculturauacm@yahoo.com](mailto:economiayculturauacm@yahoo.com). Se emitirá un acuse de recibo indicando fecha y hora de recepción del *abstract*.

4. Las propuestas serán valoradas por un Comité Dictaminador conformado por especialistas e investigadores del arte, el patrimonio cultural, la comunicación y la economía. El Comité Dictaminador indicará si la propuesta es aceptada o rechazada, pudiendo emitir recomendaciones necesarias. Su fallo será inapelable.

5. Con objeto de asegurar su posible publicación, **la ponencia definitiva deberá entregarse** el día **viernes 12 de agosto de 2011**. El autor deberá entregar una carta de autorización para la publicación de su documento, comprometiéndose a realizar las adaptaciones requeridas editorialmente en tiempo y forma. El comité organizador sólo será intermediario entre el ponente y la instancia editora, por lo que la entrega del documento no garantiza su publicación, la cual estará sujeta a los criterios editoriales de ésta última.

6. La **ponencia** debe ser presentada 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, resumen/*abstract*, nombre del autor, correo electrónico, desarrollo del documento, citas a pie de página y bibliografía. No se aceptarán trabajos que rebasen la cantidad de páginas señaladas y que no cuenten con todos los elementos anteriormente descritos.

**b) De las mesas de trabajo:**

1. Cada mesa de trabajo se conformará con un máximo de cuatro ponentes. La duración de cada mesa será una hora con cuarenta minutos dividida en quince minutos de exposición por ponente, treinta minutos de discusión al final de cada mesa y diez minutos para el cierre de la misma, donde el moderador emitirá las conclusiones y propuestas surgidas en cada mesa de trabajo.
2. Las mesas de trabajo empezarán puntuales en tiempo y forma. En cada mesa de trabajo estará un representante del equipo organizador que garantizará el cumplimiento del tiempo establecido.

**c) De la organización del evento:**

1. En caso de ser aceptada la ponencia, cada participante deberá cubrir y gestionar los gastos que le genere su asistencia al Foro.
2. La UACM y la UNAM no manejan recursos ni apoyos económicos para los participantes ni para los asistentes.
3. Este es un evento libre y gratuito, por lo que cualquier persona que así lo desee podrá asistir al mismo sin cobro alguno de inscripción ni cuota de recuperación.
4. Cualquier situación imprevista será resuelta por el equipo organizador del Foro. Su fallo será inapelable.

**Coordinación General  
Marissa Reyes Godínez**

**Informes: [economiaycultura@uacm.edu.mx](mailto:economiaycultura@uacm.edu.mx) y  
[marissa\\_rg@yahoo.com.mx](mailto:marissa_rg@yahoo.com.mx)**

**Teléfono: 51349804, ext. 11207 y 11216**