

Sumario

Introducción	9
--------------------	---

PRIMERA PARTE:

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DEL TRABAJO INMATERIAL

1. Acotaciones previas a la problemática	27
1.1. Marco lógico y ámbito científico	27
1.2. Objeto material de las Políticas de Comunicación y Economía creativa	31
1.3. Objeto formal de las Políticas de Comunicación y Economía creativa	34
1.4. Perspectiva transdisciplinar	36
2. La Economía Creativa y su definición.....	37
2.1. Introducción	37
2.2. El escollo de la definición	38
2.2.1. Las Industrias Culturales	42
2.2.2. Las Industrias Creativas y las Industrias Creativas Culturales	44
2.2.2.1. Sectores que comprenden las ICr, las ICC y sus rasgos distintivos	47
2.2.3. La Economía Creativa.....	49
2.2.3.1. Clasificaciones y características	50
2.3. Problemas y limitaciones.....	52
2.4. Economía Creativa y Desarrollo Local	56
2.5. Economía Creativa y Plus-valor	60

3. Aportes de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura	75
3.1. <i>Introducción.....</i>	75
3.2. <i>Fundamentos de la Economía Política</i>	75
3.3. <i>Economía Política de la Comunicación y la Cultura (EPCC)</i>	78
3.3.1. <i>Teoría crítica versus capitalismo.....</i>	85
4. Políticas de Comunicación y Economía Creativa en la era digital	97
4.1. <i>Introducción</i>	97
4.2. <i>Política e Imperio. Crítica poscolonial de la mediación.....</i>	101
4.3. <i>Ciudadanía digital y Políticas Públicas.....</i>	106
4.4. <i>Nueva ecología cultural.....</i>	118
4.5. <i>Diversidad cultural y análisis de las políticas públicas</i>	126

SEGUNDA PARTE:

INTERPRETACIONES DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN SU CONTEXTO POLÍTICO-CULTURAL

5. La gobernanza electrónica. El caso de la UE	135
5.1. <i>Introducción</i>	135
5.2. <i>Administración pública y NTIC.....</i>	138
5.3. <i>E-Gobierno y democracia.....</i>	141
5.4. <i>Cibercultura y participación ciudadana.....</i>	145
6. El caso de Brasil	151
6.1. <i>Introducción</i>	151
6.2. <i>La EC, un buen negocio</i>	162
6.3. <i>La EC en las instituciones.....</i>	164
6.3.1. <i>El Ministerio de Cultura.....</i>	164
6.3.1.1. <i>El MinC durante los gobiernos de Lula da Silva y de Dilma Rouseff.....</i>	166
6.3.2. <i>El Plan de la Secretaría de Economía Creativa (2011-2014)</i>	172
6.3.3. <i>Epílogo</i>	184

6.4. <i>Cultura nao é un negocio, discusiones sobre la EC...</i>	193
6.6. <i>EC y Alternativas Democráticas</i>	212
7. Ciudades, espacios creativos y desarrollo local	219
7.1. <i>Introducción</i>	221
7.1.1. <i>Una mirada crítica.....</i>	226
7.2. <i>Las ciudades-red, entre el capitalismo global y el desarrollo local.....</i>	231
7.2.1. <i>Desarrollo urbano y comunicación, una relación necesaria.....</i>	232
7.2.1.1. <i>Ciudades digitales y gestión urbana informacional</i>	234
7.2.2. <i>Las ciudades creativas ante la subsunción del capitalismo</i>	240
7.3. <i>Alternativas críticas para pensar el desarrollo urbano</i>	244
7.3.1. <i>Hacia una ecología de desarrollo urbano sostenible</i>	251
8. Economía Creativa y agenda de investigación, Comunicación, Innovación y Desarrollo Social.....	253
8.1. <i>Introducción</i>	253
8.2. <i>El discurso de la innovación</i>	261
8.2. <i>Ejes y líneas de reflexión.....</i>	264
8.4. <i>Agenda ULEPCC.....</i>	291
9. Conclusiones.....	303
Bibliografía	319