Título da resenha: A Economia da Cultura

Subtítulo: As Industrias Culturais: Livro Disco, Cinema

Nome: Carla Borges Mussoline

A obra "A economia da Cultura" (Ateliê Editorial, 2007, 194 páginas) da economista/colunista francesa Françoise Benhamou, traz aos leitores uma noção de como a indústria cultural "funciona" no meio econômico.

As industrias Culturais

Neste capítulo iremos deixar de lado as industrias culturais, sendo assim, as análises de obras únicas, para dedicamos ao trabalho/estudo das obras chamadas de reproduzíveis. Contanto, a criação seguida que é presente na origem do processo de produção, e claro singularidade;/criatividade, que é a base da formação do valor das obras únicas não desaparece das obras múltiplas.

As Industrias Culturais em geral correm riscos, que são contornadas através da multiplicação dos produtos oferecidos, que é a tentativa de controlar os tais riscos citados, como por exemplo, tentar se proteger dos fracassos corriqueiros com políticas de concentração, que é nada mais do que inovar quando preciso.

1. Reprodutibilidade e originalidade dos produtos: uma alquimia singular

As industrias culturais filtram as ofertas vinda dos criadores, por exemplo, uma série de 4 mil manuscritos que uma livraria recebe por ano, menos de 5% será editado e assim, publicado pela mesma. O caminho para o sucesso absoluto é incerto na maioria das vezes.

*Indústrias de protótipos*

Antes do processo de produção, existe é claro, a criação, o seu grau de mudança em varia em função do segmento de mercado no qual é oferecido:

* Alto grau de inovação: Filmes/Livros considerados difíceis, logo, que nunca foram efetuados com sucesso.
* Baixo grau de inovação: Filmes/Livros considerados "maçantes" ou até medíocres, que não chegam ao ápice.

*A concentração do consumo num pequeno número de títulos*

Os produtos são bens de experiência, que a princípio os consumidores não notam a qualidade do produto pela diversidade de opções, Assim, por tentação, talvez, ele da prioridade aos produtos que ele considera "venda garantida".

A busca pelo sucesso fácil e o abandono de alguns processos/produtos, fazem com que ele seja padronizado demais, isso ocorre justamente pela incerteza, vulgo, pelo medo do fracasso, sendo assim, não haverá perdas posteriores.

 2. O peso das majors

Nos três setores (livros, cinema e discos) algumas grandes industrias/empresas, que estão a muito tempo dominando as redes de distribuição, constituem o núcleo da medida chamada de oligopólio, forma evoluída do monopólio, em média as empresas dependentes se tornam a sua "franja" concorrente. Os três setores são:

* Edição de livro: No primeiro setor, dos livros, é usado o método de concentração, que nada mais é o resultado de um processo que se iniciou no início do século XIX.
* Edição de discos: As empresas maiores dominam a área, pois dispõem de foco e de acervos riquíssimos que agradam a todos as faixas.
* Cinema: A concentração do grau da indústria cinematográfica no mundo é alta, porém a distribuição não é exata.

 3. Delegação da inovação as pequenas e médias empresas, ou os azares da independência

As empresas mais influentes/importantes tendem a deixa uma grande porcentagem da inovação sob a responsabilidade de sua franja, vulgo, as médias empresas que dependem das influentes, como consequência as médias desempenham o papel de "laboratório coletivo".

 4. A venda a varejo submetida a movimentos de concentração

O varejo sofre diretamente fenômenos de concentração. Com esse efeito o distribuidor tenta "mover" seu produto para que ocorra uma venda de 100% do tal. Uma curiosidade é que os mercadores "normais" tendem a diminuir, pois os varejos trazem mais vantagens para os compradores.

 5. As novas tecnologias e a globalização das empresas

As novas tecnologias trouxeram a indústria cultural um novo ar, no qual possibilita os demais a acessar, programas que tenham som, áudio, imagem, isso auxilia a vida dos demais, pois a praticidade é visível.