



iNiNCO UCV
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES
DE LA COMUNICACIÓN

Las industrias culturales creativas como herramientas para el desarrollo

Creative cultural industries as tools for development

Ana Sofía Afanador (Venezuela)
Universidad Nacional de las Artes (UNEARTE)
Universidad Central de Venezuela (UCV)
anaafanadorucv@gmail.com

© Publicación de conformidad con su autora. Esta cesión patrimonial comprende el derecho del Anuario ININCO para comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 extraordinario. 1o octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo del Anuario ININCO-UCV.

Las industrias culturales creativas como herramientas para el desarrollo

Ana Sofía Afanador

Universidad Nacional Experimental de las Artes (UNEARTE)

<https://orcid.org/0000-0003-4483-1757>

Resumen:

En la última década se ha generado un creciente reconocimiento sobre la importancia que tienen las Industrias Culturales y Creativas (ICCs) como sectores contribuyentes al desarrollo económico de las regiones o países. Por tanto, la intencionalidad analítica de esta propuesta investigativa plantea una perspectiva de análisis y reflexión sobre la economía creativa como estrategia de desarrollo, brindando herramientas teórico-prácticas para la planificación sostenible de emprendimientos con base en la cultura y en la creatividad, como también planes de desarrollo local basados en la economía creativa. Pareciera que el futuro de muchas de las economías “emergentes” se va a sustentar en generar e impulsar su capacidad de creación e innovación a través de sus industrias culturales y creativas. Por lo que la invitación es al análisis crítico y a reflexionar sobre la economía creativa y de la cultura como estrategia de desarrollo para ciudades, comunidades y emprendedores de diversas actividades con base en la cultura y en la creatividad. Es desde esta orientación, de la Economía de la cultura que aspiramos poder aportar a través del siguiente artículo. Este documento tiene como base, el trabajo de investigación: Modelo para la formación en gestión de Industrias Culturales y Creativas, presentado ante la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, para optar al título de Doctora en Gestión para la creación.

Palabras Claves:

Cultura, educación, gestión cultural, industrias culturales creativas.

Summary

In the last decade, there has been a growing recognition of the importance of Cultural and Creative Industries (CCI) as contributing sectors to the economic development of regions or countries. Therefore, the analytical intention of this research proposal raises a perspective of analysis and reflection on the creative economy as a development strategy, providing theoretical-practical tools for the sustainable planning of enterprises based on culture and creativity, as well as plans of local development based on the creative economy.

It seems that the future of many of the "emerging" economies will be based on generating and promoting their capacity for creation and innovation through their cultural and creative industries.

Therefore, the invitation is to critically analyze and reflect on the creative economy and culture as a development strategy for cities, communities and entrepreneurs of various

activities based on culture and creativity. It is from this orientation, of the Economy of culture that we aspire to be able to contribute through the following article.

Keywords: Culture, education, cultural management, creative cultural industries.

Resumo:

Na última década, tem havido um crescente reconhecimento da importância das Indústrias Culturais e Criativas (ICC) como setores contribuintes para o desenvolvimento econômico de regiões ou países. Portanto, a intenção analítica desta proposta de pesquisa levanta uma perspectiva de análise e reflexão sobre a economia criativa como estratégia de desenvolvimento, fornecendo ferramentas teórico-práticas para o planejamento sustentável de empreendimentos baseados na cultura e na criatividade, bem como planos. do desenvolvimento local baseado na economia criativa.

Parece que o futuro de muitas das economias "emergentes" se baseará na geração e promoção de sua capacidade de criação e inovação por meio de suas indústrias culturais e criativas.

Portanto, o convite é fazer uma análise crítica e refletir sobre a economia criativa e a cultura como estratégia de desenvolvimento de cidades, comunidades e empreendedores de diversas atividades baseadas na cultura e na criatividade. É a partir desta orientação, da Economia da cultura que aspiramos poder contribuir através do artigo seguinte.

Palavras-chave: Cultura, educação, gestão cultural, indústrias culturais criativas.

Las industrias culturales creativas como herramientas para el desarrollo

Ana Sofía Afanador

Universidad Nacional Experimental de las Artes (UNEARTE)

<https://orcid.org/0000-0003-4483-1757>



Valor público de la cultura

El desarrollo es por sobre todo una cuestión del “espíritu”, un estado del alma, un asunto de autoestima.

El desarrollo, como lo propone Amartya Sen, es por sobre todo un acto de libertad

Carlos Vignolo

La ampliación de la capacidad del ser humano tiene importancia, directa e indirecta, para conseguir el desarrollo. Indirectamente, permite estimular la productividad, elevar el crecimiento económico, ampliar las prioridades del desarrollo y contribuir a controlar razonablemente el cambio demográfico. Directamente, afecta el ámbito de las libertades humanas, del bienestar social y de la calidad de vida, tanto por su valor intrínseco como por su condición de elemento constitutivo de este ámbito (Sen, 1999).

En esta misma orientación, Machicado (citado por Guzmán, 2005:12), describe la cohesión social a partir de la cultura y la categoriza como un sector económico indispensable, pues contribuye al desarrollo desde los ámbitos sociales e identitarios que le son propios, como desde su participación desde lo económico. Todas estas características han provocado que lo cultural-creativo se convierta en

un sector de atención pública prioritario y muy atractivo desde el punto de vista de las políticas de empleo y formación de recursos humanos.

Todo ello hace que el sector cultural-creativo sea estratégico por el valor intrínseco, instrumental e institucional de la cultura capaz de contribuir a la apreciación del valor público de la cultura. El sector cultural-creativo, constituido por “aquellas actividades humanas y sus manifestaciones cuya razón de ser consiste en la creación, producción, difusión, transmisión, consumo y apropiación de contenidos simbólicos relacionados a las artes y el patrimonio” (CAB, 2009, p.41), será entonces señalado y expuesto con mayor notoriedad como un ecosistema -contribuyendo directamente las industrias de contenido cultural y creativo que conforman dicho sector- que:

(...) va mucho más allá de la producción cultural y la comunicación mediática para el mercado -y la atención consiguiente a los distintos eslabones de la cadena de valor y a sus cruces-, para inscribirse en los mecanismos de reproducción y desarrollo social con sus prácticas sociales, microculturas, lenguajes y problemáticas, proyección de futuros, creatividades, dominio público, servicios colectivos, comunicación doméstica, experiencias culturales, recursos de la sociedad del conocimiento, comunicación interactiva, etc. Entenderlo así es verlo como un recurso comunitario y personal en proceso; como un capital humano intelectual que interactúa y genera prácticas amateurs y profesionales e intercambia las funciones de usuario y creador en muchos casos. (Zallo Elguezabal, R., 2007, p.77).

Todas estas características han provocado que lo cultural-creativo se convierta en un sector de atención pública prioritario y muy atractivo desde el punto de vista de las políticas de empleo y formación de recursos humanos. Según estudios internacionales, el sector cultural-creativo ha mostrado tasas de crecimiento y de generación de ocupación cultural muy superiores a la media del resto de cualquier economía nacional. En este contexto, el sector cultural-creativo se presenta como uno de las columnas en un proceso de cambio tendente a la redefinición de una nueva economía basada en la creación.

La cultura como un proceso

La cultura implica socialización y transformación, pero también supone valores, códigos compartidos, acciones y participación. Es un término polisémico, que requiere siempre la elección de una perspectiva a la hora de comprenderlo y explicarlos. Históricamente, la diversidad entre la antropología y la sociología en la acotación de cultura han marcado las referencias en cuanto a su estructura conceptual y funcional.

Algunos autores sostienen que el concepto cultura tiene su raíz en el término *ethos* utilizado en la Grecia pre-clásica para designar el conjunto de hábitos de los pueblos, entendiéndose como el cuidado o "cultivo" que se debe tener en la adquisición de conocimientos, hábitos, costumbres, sentimientos, emociones, relaciones sociales y afectivas, gusto por las ciencias y las artes, etc.

Durante el período de la Roma antigua aparece el vocablo *cultus*, producto de una traducción del concepto griego *paideia*. A partir de este momento, el concepto cultura, como conocimiento filosófico, evolucionó hacia un concepto aristocrático que alcanzó su máxima expresión durante la Edad

Media y que privilegió las artes del *trivium* (gramática, retórica y dialéctica) y del *quadrivium* (aritmética, geometría, astronomía y música). En el Medioevo, se asociaba la palabra cultura a las prácticas y doctrinas impuestas por el Cristianismo. En este contexto surge el concepto “culto” para referirse a ceremonia litúrgica católica. Dentro de la perspectiva moderna de cultivar el *humanitas*, a partir del siglo XVIII se abren dos grandes tradiciones del pensamiento occidental en torno a la cultura que marcan sus huellas hasta hoy: una tradición que podríamos llamar ilustrada (Voltaire, Kant), y otra tradición romántica (Rousseau, Herder).

La tradición ilustrada insiste en la noción de universalidad y con ella la de razón y naturaleza iguales para todos los hombres, pero, al mismo tiempo, considera que algunos pueblos habían desarrollado más esa razón, así como los elementos propios de su naturaleza espiritual. Fueron finalmente los conceptos de universalidad y progreso los que se impusieron durante el siglo XIX, y con ello el predominio de la noción ilustrada de cultura.

Por otra parte, diversas conferencias de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en adelante, UNESCO) fueron afianzando el concepto y determinando la absoluta necesidad de contemplar la cultura desde otras miradas.

- En junio de 1972, en Helsinki, Finlandia, la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en Europa.
- En diciembre de 1973, en Yogyakarta, Indonesia, la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en Asia.
- Dos años después, la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en África.
- En enero de 1978, en Bogotá, Colombia, la Conferencia Intergubernamental sobre las Políticas Culturales en América Latina y el Caribe.
- En 1982, en México D.F., la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT).
- La Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo, (reunida en Estocolmo del 30 de marzo al 2 de abril de 1998).

Por lo cual, aunque existen variadas definiciones de cultura, utilizaremos la establecida por la UNESCO en la Declaración de México sobre Políticas Culturales, que señala:

(...) en su sentido más amplio, la cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (...) y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (UNESCO, 1982, p.43)

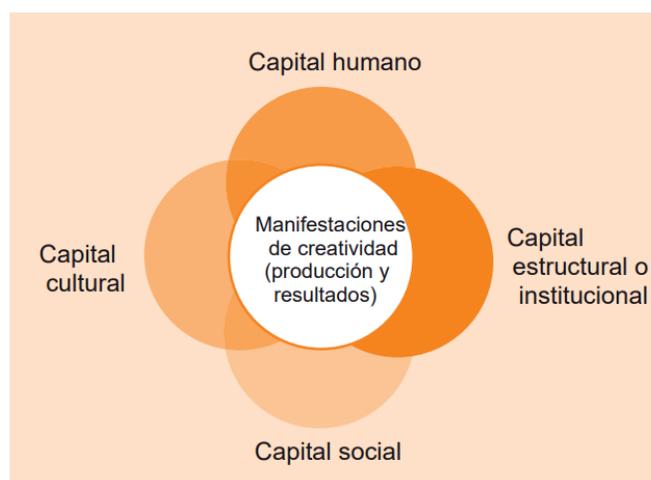
Así mismo, en el primer Informe Mundial sobre la Cultura (1999, p.22), se ofrece otra breve definición del concepto, al que se concibe como “... modo de vida y forma de convivencia. Abarca los valores que comparte la población, la tolerancia frente a los demás (entre razas y sexos), las orientaciones y las preferencias sociales, etc.”. Además, es sumamente significativo que, con relación a los “derechos fundamentales” del ser humano, la UNESCO (1999, p.23) establezca que “la libertad cultural... nos permite ser libres para satisfacer una de nuestras necesidades más fundamentales, el derecho a definir cuáles son justamente esas necesidades”. El acceso y la participación de los distintos sectores y grupos sociales a las variadas manifestaciones, expresiones, valores y servicios culturales, han representado, de algún modo, el centro de atención de la mayoría de los países de América Latina y el Caribe, en especial Venezuela, mediante las distintas políticas culturales puestas en práctica.

Cultura, Creatividad y desarrollo

Desarrollo, cultura y creatividad, son campos estrechamente involucrados desde siempre, aunque es verdad que esas implicaciones se han hecho mayores y más visibles en estos tiempos con la irrupción de las llamadas industrias culturales. Una exploración profunda sobre gran parte de los informes presentados por organismos internacionales y regionales que se ocupan del desarrollo demuestran que las principales estrategias y políticas, aplicadas en este campo en los países latinoamericanos, han fracasado pues demuestran un agotamiento o mal diseño de los ejes tradicionales, hasta ahora utilizados para alcanzar el desarrollo, en virtud de su omisión de la cultura.

Desde un punto de vista económico la relación entre cultura y desarrollo no había sido tan evidente, hasta ahora cuando el elemento creatividad, ha puesto en el epicentro los productos creativos, y el impacto económico que estos generan a través de la interacción de las cuatro formas de capital: Humano, Institucional, Cultural y Social.

Figura 1: Modelo de las 5C.



Fuente: Informe Economía Creativa.Unctad.2024.

En este sentido, el quehacer cultural (dimensiones configuradas por las manifestaciones socioculturales) tomará una dimensión profesional y se ve implicado de inmediato con aspectos vinculados directamente al desarrollo de los procesos culturales, relacionados con tecnologías sociales de intervención cultural en la realidad, relativos al desarrollo del talento humano, sociopolíticos del desarrollo cultural, administrativos y gerenciales. Un entramado de actividades en el que intervienen creadores, productores, gestores e intermediarios, profesionales, técnicos, empresas, administraciones, asociaciones y público, en definitiva, que contará con la creatividad como su principal materia prima.

En la actualidad, concebir el desarrollo sin estimar el sujeto de su acción no es tarea fácil, al margen del enfoque hipotético que se asuma, el hombre y mujer (respetando la igualdad de género), siempre han sido arte y parte de la motivación que ha propiciado el avance tecnológico, económico, social.

Un mundo que ha sufrido hondas transformaciones en los últimos años. Los avances de la ciencia y de la técnica han modificado el lugar del hombre en el mundo y la naturaleza de sus relaciones sociales. La educación y la cultura, cuyo significado y alcance se han ampliado considerablemente, son esenciales para un verdadero desarrollo del individuo y la sociedad. (Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, Unesco, 1982).

Al revisar la historia, se puede apreciar el transitar de las teorías económicas, al punto de llegar a la tendencia actual del desarrollo con enfoque humano. De manera irónica, pero coincidente, podremos observar cómo se partió y llegó a un mismo propósito: crear un ambiente propicio para que la gente disfrute de una vida larga, saludable y creativa (MahbubulHaq, 1998).

El desarrollo, concebido como la meta para la cual se formulan un conjunto de políticas, planes, programas y proyectos orientados a proveer al hombre de mejores condiciones de vida, ha concurrido diversos tipos de teorías y fórmulas:

La teoría clásica, mediante la cual los economistas consideraban el papel de la acumulación de capital especialmente importante, no en sí mismo, sino porque permitía aumentar la cantidad de capital por trabajador y hacerlo más productivo. Los estudios sobre la contribución de los diferentes factores de producción (capital y trabajo) al crecimiento económico, también apuntaban al relevante peso del capital en el mismo, pero una vez contabilizadas las contribuciones del trabajo y capital al crecimiento, quedaba un residuo inexplicado (el denominado residuo de Solow ¹). El énfasis en esos momentos se ponía sobre el crecimiento económico, y su capacidad para resolver todos los problemas de la pobreza.

Para la escuela neoclásica, el crecimiento económico es un proceso lineal asegurado por el mercado. Considera que el comercio y los flujos internacionales de capital y trabajo generan un

¹ Robert Solow publicó su artículo sobre el impacto de la tecnología en el aumento de la productividad en 1957, Su contribución consiste en cuantificar el progreso técnico en forma residual. Por esta razón, al progreso técnico se lo conoce también como residuo de Solow o productividad total de los factores (PTF). Bernal, J. (2010). Revista de Economía Institucional, vol. 12, n.º 23, segundo semestre/2010

beneficio mutuo para países ricos y en desarrollo y no estima la existencia de obstáculos tecnológicos institucionales, por lo que la reasignación de recursos de uno a otro sector estaría asegurada por el mercado.

Por el contrario, la economía del desarrollo y el estructuralismo asumen la existencia de “fallos del mercado” y consideran que el crecimiento económico no es lineal, sino que precisa de la intervención estatal, afirmando que solo a través de la edificación por parte del estado de una industria nacional y un sector moderno y productivo sería posible que los países subdesarrollados avanzasen hacia el desarrollo.

La tendencia estaba marcada por la sustitución de importaciones y el fortalecimiento de la industria nacional ². No obstante sus diferencias, estas tres escuelas plantearon teorías de desarrollo fundamentas en iguales bases: crecimiento económico, modernización y modernización sociopolítica e institucional.

El enfoque de desarrollo humano nació en parte, como resultado de las crecientes críticas al enfoque de desarrollo predominante en el decenio de 1980, el cual suponía un vínculo estrecho entre el crecimiento económico nacional y la ampliación de las opciones individuales del ser humano.

Figura 2. Dimensiones del Desarrollo Humano.



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2015)

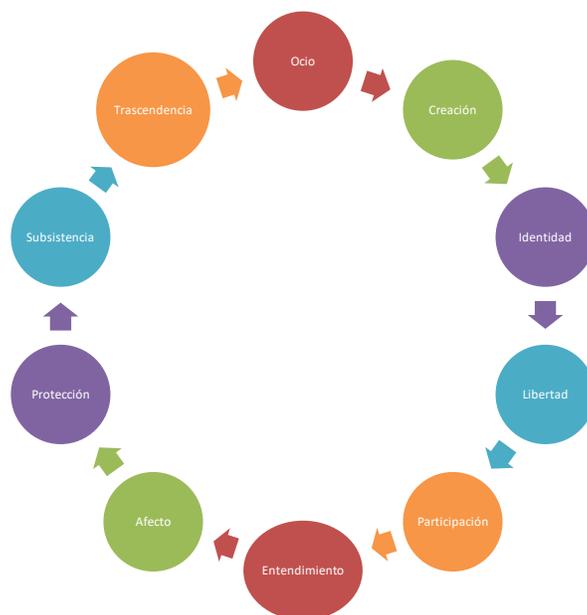
² Esta teoría propicio lo que en muchos países del tercer mundo se mantiene, el debilitamiento del sector agrícola tradicional. La exportación de los productos del sector agrícola moderno fue la prioridad, pese a que en muchas ocasiones se veían penalizados por diversos mecanismos. Así, los productos en que los países pobres no eran competitivos se protegieron, mientras que aquellos en que sí lo eran se penalizaron, en atención a que la industria nacional desarrollada fue la pesada.

El enfoque del desarrollo humano, propuesto por el economista Mahbub Ul Haq³ se apoya en el trabajo de Amartya Sen sobre las capacidades humanas, a menudo formulado en términos de si las personas cuentan con las opciones de “ser” y “hacer” aquello que desean en su vida.

En este enfoque, el crecimiento expande las oportunidades, pero el crecimiento económico se valora sólo en la medida en que contribuye a un mayor desarrollo humano y se adoptan políticas que mantengan una pauta de crecimiento favorable a éste. En este sentido, el desarrollo debe ocuparse por el incremento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven.

Esta propuesta, fundó las bases conceptuales de un enfoque alternativo y más amplio del desarrollo humano, definido como el proceso de ampliación de las opciones de las personas y mejora de las capacidades humanas y sus libertades⁴, para que las personas puedan vivir una larga y saludable vida, tener acceso a la educación y a un nivel de existencia digno, y participar en la convivencia comunitaria y en las decisiones que afecten sus vidas.

Figura 3. Elementos del Enfoque de Desarrollo de las Potencialidades Humanas.



Fuente Elaboración propia (2017)

³ El desarrollo humano ha inyectado un elemento de competencia en el mercado de las ideas y ha conseguido romper el monopolio del FMI y del Banco Mundial en materia de orientación de estrategias de desarrollo

⁴ Para el enfoque de las capacidades, el desarrollo trasciende el ámbito económico para entrar de lleno en los aspectos políticos, sociales y culturales del desarrollo, por lo que muchos agrupan estos conceptos en “desarrollo alternativo”.

En esta moderna visión del desarrollo se han detectado una serie de elementos, principalmente de índole cultural, que contribuyen en forma importante a la superación de la pobreza y al desarrollo sustentable en los países. Estos elementos constituyen lo que se ha denominado capital social, concepto innovador dentro del lenguaje economicista, en atención a que el crecimiento y el desarrollo económico se dan en el ámbito político y social, desde el cual se transmite a la economía. Con esto se establece un nuevo tipo de ecuación, donde el comportamiento económico vendrá condicionado al capital social y donde el capital social estará condicionado a la justicia social.

En términos generales puede afirmarse que el capital social lo constituyen valores, actitudes y patrones conductuales compartidos por una población, lo cual asegura la cohesión social, facilita la interrelación y cooperación de los hombres entre sí y con las instituciones que conforman la sociedad. Se trata de actitudes que contribuyen a que las personas trasciendan las relaciones conflictivas y competitivas para lograr una cooperación y ayuda mutua, donde los esfuerzos se unan para lograr fines compartidos.

De hecho, se evidencia que los países que han sabido apoyarse en los sectores culturales y creativos han generado, a partir de los mismos, modelos organizacionales inéditos, conocimientos nuevos, redes de cooperación interna, creación de fuentes directas de empleo y numerosas industrias, entre otros beneficios.

Capital social y cultura, según Kliksberg (2006), pueden ser palancas formidables de desarrollo si se crean las condiciones adecuadas. Su desconocimiento o destrucción, por el contrario, pueden crear obstáculos enormes en el camino hacia el desarrollo.

La cultura es la base de un desarrollo local, sustentable e incluyente: las empresas culturales al aprovechar recursos locales, estimulan la creatividad, ofrecen oportunidades de empleo incluso a grupos vulnerables o marginados, generan autoestima y sentido de pertenencia, y contribuyen a una mejor calidad de vida, están contribuyendo a un desarrollo sustentable e incluyente. (BID,2007)

En los últimos veinte años, la cultura ha desempeñado un papel cada vez más importante en las economías nacionales en tanto que sector productivo, sus actividades e industrias culturales han venido impulsando el crecimiento, contribuido a diversificar las economías nacionales, generar ingresos y crear empleo. De aquí la importancia de revisar los elementos que estructuran la economía de la cultura.

Economía de la cultura

La relación entre la esfera cultural y la económica no es ciertamente nueva, como lo señalaron Greffe (2010) y muchos especialistas en la materia (Ginsburgh, 2001; Throsby, 1994). La llegada de los economistas al análisis del mundo artístico y cultural se produjo en 1966 con la publicación de *Performing arts: The economic dilemma* por parte de W. Baumol y W. Bowen.

Por un lado, la cultura es el ámbito donde surge la esfera pública en el siglo XVIII, y se convirtió en un medio para internalizar el control social, a través de la disciplina y la gubernamentalidad,

durante los siglos XIX y XX. Las áreas económica, política y social están inextricablemente ligadas, lo que suceda en cada una de ellas va a condicionar severamente las otras.

La visión puramente economicista del desarrollo puede tropezar, en cualquier momento, con bloqueos muy serios que surgen de las otras áreas, y así se ha dado en la realidad, por lo que la cada vez más el capital social y la cultura han comenzado a instalarse en el centro del debate sobre el desarrollo.

En estos términos, la cultura se muestra como la clave para el desarrollo y el asidero de la economía de lo creativo. Las imágenes, valores, percepciones, desarrollos en el campo de la cultura juegan un papel muy importante a favor del cambio en estos aspectos. Al agregar la perspectiva cultural evitamos el fracaso de los modelos de desarrollo económico, políticos y social (Bonet, 2001).

Nos encontramos ante una fórmula: a mayor fortalecimiento de los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, mayor capital creativo, y a mayor capital creativo, mayor desarrollo económico. En palabras simples, (Zallo, 2007) a mayor cultura, mayor sostenibilidad del desarrollo económico. Desde esta premisa, es imperativo considerar a la cultura como eje transversal para la formulación de cualquier política pública.

En la nueva concepción del desarrollo (Afanador, 2013), se subraya el valor de la cultura como eje del avance de la humanidad, como factor viabilizador de la variable Capital Social, o en la sinergia que genera el uso positivo de los valores y costumbres de un colectivo.

El universo de **las actividades culturales** es muy grande; dentro de lo que consideramos como sector cultural están distintos tipos de actividades culturales: desde expresiones del folclor, la cultura popular y la cultura mediática, hasta manifestaciones de la cultura de 'élite' o 'bellas artes' y el patrimonio histórico. Las manifestaciones económicas que se hallan dentro de esta tipología también son variadas. Algunas se desarrollan en los mercados, otras son subvencionadas por el Estado o por mecenas; en muchos casos, las motivaciones de la creación residen en ámbitos distintos al de obtener ganancias y no necesariamente participan en dinámicas económicas de oferta y demanda donde el valor económico se vea reflejado en un precio. **Ingresen o no al mercado, tienen dimensiones económicas, pues para su realización se necesitan recursos como en cualquier otra actividad económica.** (Ministerio de Cultura de Colombia, 2003: 20-21). **Negritas de la autora**

La cadena de valor de la actividad cultural, esa relación complementaria y articulada entre los diferentes componentes necesarios para la generación y circulación de bienes y servicios culturales, ha venido a reconocer la posición de los agentes o sectores que en ella intervienen, a saber (Ver Figura N° 8).

Figura 4. La Cadena Creativa del Sector Cultural. Fuente: UNESCO (2008)



Fuente: UNESCO/UIS, 2008.

Y las actividades que la definen:

- **El Proceso de Creación:** requiere originalidad, capacidad creativa y de expresión y son la “materia prima”, pueden tomar la forma de un bien o servicio.
- **El Proceso de Valoración:** influye en el producto final y ayuda a mejorarlo, redefinirlo o incluso descartarlo

En el siglo XVII los economistas sostenían que las actividades culturales no contribuían a la “riqueza de las naciones”, sino que por lo contrario, constituían el ámbito por excelencia del “trabajo no productivo”, dado que el “trabajo de bufones, jugueteros, músicos, operistas, bailarines, figurantes, etc., trabajo de ínfima jerarquía, (...) parece al momento mismo de su producción, como la declaración de un actor, la arenga de un orador o el tono de un cantarín” (Citado por Prieto, 2001: 152).

Tradicionalmente, a las actividades culturales se les ha prestado poca atención desde el punto de vista económico. Sin embargo, es incuestionable el papel que juega el sector cultural-creativo en el desarrollo económico y social de Venezuela. Detrás de cada expresión cultural se encuentran procesos de oferta y demanda, donde la creación, producción, difusión y comercialización de bienes y servicios culturales ponen en marcha un conjunto de operaciones que se materializan en generación de empleo, riqueza y conocimiento. Un entramado de actividades en el que intervienen creadores, productores, gestores e intermediarios, profesionales, empresas, administraciones, asociaciones y público, en definitiva, toda una industria de contenido cultural que cuenta con la creatividad como su principal materia prima.

En la actualidad, se configura como un sector clave en nuestra economía que, debido a los nuevos patrones de consumo, muestra una clara tendencia de crecimiento. Con todo, la escasez de

información ha impedido que el peso de la cultura sea calibrado en su justa medida tanto por las administraciones públicas y agentes privados que intervienen en el campo cultural y comunicacional, como por la propia sociedad.

Por otra parte, las características del quehacer en el sector cultural-creativo incorporan elementos que cabe considerar: a) en primer lugar la ocupación en el sector de la cultura incluye las más de las veces aspectos creativos muy gratificantes desde el punto de vista del desempeño laboral; b) la articulación laboral en el sector cultural-creativo permite formas de ocupación en microempresas de carácter cooperativo, autogestionario, participativo, etc; c) las empresas culturales son intensivas en mano de obra y, d) la actividad cultural no sólo no es depredadora del medioambiente sino que muchas veces implica la valoración de elementos patrimoniales.

En general, la creación, producción, distribución, consumo y conservación de formas simbólicas pueden constituir un elemento básico en la configuración del sistema económico venezolano. Según estudios internacionales, el sector cultural-creativo ha mostrado tasas de crecimiento y de generación de ocupación muy superiores a la media del resto de cualquier economía nacional. Todas estas características han provocado que la cultura se convierta en un sector de atención pública prioritario y muy atractivo desde el punto de vista de las políticas públicas.

La cultura puede ser entendida como el campo de las producciones simbólicas⁵, que incluye la producción artística tradicional (literatura, pintura, música, teatro y equivalentes), así como el conjunto de bienes y servicios relacionados con las denominadas “industrias culturales” o “cultura masiva” (radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc.), la “cultura popular” o “cultura folclórica” (artesanías, eventos populares del tipo ferias, “fiestas folclóricas”, etc.) y de las diversas instituciones “culturales” (casas de cultura, museos, galerías, etc.). (Stolovich, Luis et al., 2002)

⁵ A menudo, la cultura también es considerada, en un sentido mucho más restrictivo, como el conjunto de producciones o de productos (bienes y servicios) culturales: obras de todo tipo, musicales, teatrales, cinematográficas, televisivas, etcétera. En consecuencia, lo que se denomina el sector cultural alcanza un conjunto de ámbitos de ramas económicas e industriales muy amplio. Se incluyen en él las actividades de creación, producción, manufactura y distribución de bienes y servicios relacionadas con las siguientes áreas y subáreas como el patrimonio, áreas artísticas (de la creación) que abarca el libro y la literatura, artes visuales, danza, teatro y las artes musicales; las artes del espectáculo, los medios de comunicación como publicaciones periódicas (prensa, revistas y suplementos), televisión abierta y por suscripción, radio y, las artes audiovisuales. En este sentido, la cultura toma una dimensión profesional y se ve implicada de inmediato con aspectos económicos, gerenciales y administrativos. El Convenio Andrés Bello (CAB), a través de sus procesos de investigación y sus publicaciones, ha avanzado en la delimitación del campo cultural. En la construcción de un Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélite de Cultura en Latinoamérica (2005), define al campo cultural como un “conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos”. Una vez definido el campo cultural se seleccionan los bienes y servicios específicos de la cultura, entre los que se distinguen los productos característicos y los conexos. En los característicos se consideran los productos típicos de la cultura, los libros, obras de arte, películas, conciertos, etc. En los conexos se incluyen los bienes y servicios que hacen parte de los gastos culturales sin que se puedan considerar productos típicos de la cultura, tales como: video grabadoras, cámaras fotográficas, televisores, radios, etc.

Economía de la creatividad: Un concepto en construcción:

Pareciera que el futuro de muchas de las economías “emergentes” se va a sustentar en generar e impulsar su capacidad de creación e innovación a través de sus industrias culturales y creativas. Se consideran industrias creativas todas aquellas actividades que se generan desde la combinatoria o la intersección entre tres ámbitos disciplinarios: Arte/Cultura; Empresa/Innovación y Ciencia/Tecnología. Sin embargo, existen distintas perspectivas de análisis sobre dicho concepto. John Howkins (2005) estima que se emplea para hacer referencia a todas las industrias que generan derechos de autor, patentes, marcas comerciales y diseños industriales. En otros contextos, se utiliza para referirse sólo a industrias que producen contenido o industrias culturales. Así, Richard Caves (2000) entiende por industrias creativas las relacionadas con las artes, cultura y entretenimiento en general. También, David Throsby (2001) rescató la cultura en los debates acerca de las industrias creativas, refiriéndose a productos y servicios culturales que incluyen creatividad en su producción, abarcan algún grado de propiedad intelectual y transmiten significado simbólico. Para otros autores el término trata de diferenciarse de la visión filosófica del concepto de Industria de Cultural elaborado en 1947 por Max Horkheimer - Theodor Adorno desde la perspectiva de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt.

Un nuevo paradigma tecno-económico de producción flexible (la sociedad del conocimiento), en oposición al viejo paradigma de producción en masa (la sociedad científico-técnica), se estaría instalando en nuestras sociedades y organizaciones actuales abarcando aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, a niveles tanto macro como micro. Su tesis central es que la creatividad, el conocimiento y el acceso a la información harán la diferencia -y también la distancia- en los próximos 20 a 30 años, gestando una nueva revolución tecnológica (Big-Bang), como eficaces motores de la productividad y de la promoción del desarrollo humano en un mundo que se globaliza. En edad media, la economía se sustentaba en la mano de obra. En la era industrial del último siglo: en el capital. En la era de la información, del siglo XXI es el talento, la imaginación, la habilidad, el conocimiento: la creatividad.

De igual modo, se considera que la creatividad y la innovación constante, se han convertido en las fuerzas claves e impulsoras de nuestra economía y sociedad. Por ende, las sociedades necesitarían interpretar este cambio paradigmático que se viene gestando en el modo de innovar y a su vez consolidar su capital creativo. En este contexto, el advenimiento de una economía creativa y de la experiencia estaría provocando que emerjan prácticas sociales y culturales que conjugan innovatividad (creatividad tecnológica), emprendizaje (creatividad económica) y creación (creatividad artística y cultural), como elementos combinatorios cada vez más potentes, constituyéndose así como verdaderos hacedores de valor y de experiencia. Este nuevo término, orientado a reconocer las ideas, la imaginación, la habilidad, la creatividad, como un activo capitalizable y monetizable, *la divisa más valiosa por encima del dinero*, fue introducido por el periodista y empresario Jhon Howkins (2005).

... la creatividad no es ninguna novedad, así como la economía, lo que es nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre una y otra, y de qué forma se combinan para generar una riqueza y un valor extraordinario...por economía creativa se entienden las operaciones que generan los productos creativos.

La economía creativa se diferencia de otros sectores a través de sus formas organizacionales y el riesgo de mercado asociado con nuevos productos. Pudiendo actuar de manera fragmentada y ser integradora, dado su funcionamiento a través de interconexiones. La economía creativa o de la creatividad, respondería entonces a un nuevo contexto socioeconómico que, ante la caída del potencial diferenciador de las manufacturas, incorporó a las nuevas tecnologías un contrapunto de identidad fundamental de carácter cultural y de entretenimiento. No existe una única definición de la economía creativa. Por el contrario, es un concepto subjetivo que aún está siendo forjado. La economía creativa no sería entonces tan sólo un conjunto de sectores enmarcados en una nueva categoría. De hecho, la economía de la creatividad parece tomar de otros conceptos características que se funden, agregándoles una característica propia.

Suscribiendo algunas ideas expresadas por Ana Karla Fonseca (2020), podemos afirmar que la economía creativa no es solo la base de un nuevo paradigma de desarrollo, es una propuesta para invertir en nuestros valores, en nuestra creatividad, en nuestros talentos, en la transformación de nuestras ciudades y en la generación de empleo, ingresos e inclusión socioeconómica.

Ahora bien, para determinar el alcance de ésta economía, es necesario conocer la dimensión de las industrias creativas, indicando que los elementos que la constituyen: bienes y servicios, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Existe, sin embargo, tanto a nivel de cada país, como a nivel internacional, una creciente convergencia en un grupo central de actividades y en sus interacciones que conjuntamente conforman la economía de la cultura y de la creatividad. Al combinar creatividad y bienes, nace una nueva clase de productos conocidos como “bienes y servicios creativos”, de los cuales, algunos creen, los “bienes y servicios culturales” constituyen un subgrupo conformado por productos de contenido artístico o cultural además de creativo. Es así como surge la definición de las “industrias creativas y culturales” que las identifica, respectivamente, como industrias que producen bienes creativos y culturales.

En la convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales, (Unesco 2005) delimita las actividades, bienes y servicios culturales, como se indica a continuación:

Se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales. (Unesco 2005: Art. 4).

Industrias Creativas

Es importante aclarar, como bien señala Carlos Guzmán Cárdenas, que el término acuñado, originalmente de Industrias Creativas (the cultural/creative industries) en Gran Bretaña, es

comparativamente nuevo en Venezuela. Las industrias creativas en definición de la UNCTAD ⁶ comprenden el conjunto de actividades basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado. Constituyen un conjunto de procesos asociados a la creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como materia prima. Sin embargo, podemos señalar que existen más de 26 modelos a nivel internacional, regional y nacional, desde el Modelo del Ciclo Cultural en el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC-2009) pasando por el modelo europeo ESSnet-Culture (2012) y la taxonomía del Campo Cultural del Convenio Andrés Bello (CAB, 2015) hasta las Cuentas Satélites de Cultura de algunos países, con distintos sistemas de clasificación cuando se desea elaborar una taxonomía de las actividades de creación, producción, manufactura y distribución de bienes y servicios de lo cultural-creativo, lo que nos obliga a realizar una sectorización armonizada de la información disponible sobre sus ramas y subramas. (Guzmán Cárdenas, 2019)

Cuadro 1: Modelos de Industrias Creativas.

Modelos	Características
Modelo del Reino Unido: Departamento de Cultura, medios y Deporte (DCM)	Caracteriza a las industrias creativas como aquellas que requieren creatividad, habilidades y talentos para potenciar la riqueza y la creación de empleos a través de la explotación de sus propiedades intelectuales y constituye su modelo a partir de 13 categorías.
Modelo de textos simbólicos	Este enfoque se basa en las bellas artes como la base del establecimiento social, político y cultural. El proceso a través del cual se crea y transmite la cultura de una sociedad, siendo representado por la producción industrial, difusión y consumo de textos o mensajes simbólicos que son generados por medios como la prensa, radio y cine.
Modelo de los Círculos Concéntricos (Throsby, Richard)	Los objetivos de las actividades e industrias culturales son generar y transmitir valores a través de sus productos que les otorgue a las industrias características distintivas. De esta manera del contenido cultural de un bien o servicio en particular según su demanda, determinará su producción a futuro. En el centro o núcleo se generan las ideas creativas, y estas se van difuminando a medida que se aleja n del núcleo, a través de una serie de círculos concéntricos
Modelo de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI)	Este modelo está basado en las industrias que participan directa o indirectamente en la creación, fabricación, producción y distribución de bienes sujetos a derechos de autor. Está centrado en la propiedad intelectual así como en la representación de la creatividad que se ha realizado en la producción de bienes y servicios incluidos en la clasificación.

Fuente: UNCTAD (2010)

⁶ La **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)** por sus siglas en inglés, es el principal órgano de la Asamblea General de la para asuntos relacionados con el comercio, las inversiones y el desarrollo. Los objetivos de la organización son maximizar las oportunidades comerciales, de inversión y desarrollo de los países en vías de desarrollo así como la asistencia en sus esfuerzos para integrarse en la economía mundial.

Economía Naranja

Definir la Economía Naranja es remitirse a Buitrago y Duque (2013) quienes señalan que es aquella basada en bienes y servicios culturales, producto de la transformación de ideas, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Pero no es menos cierto que dependiendo del enfoque o finalidad de uso, se han construido otras acepciones orientadas a definir la Economía Creativa, a saber:

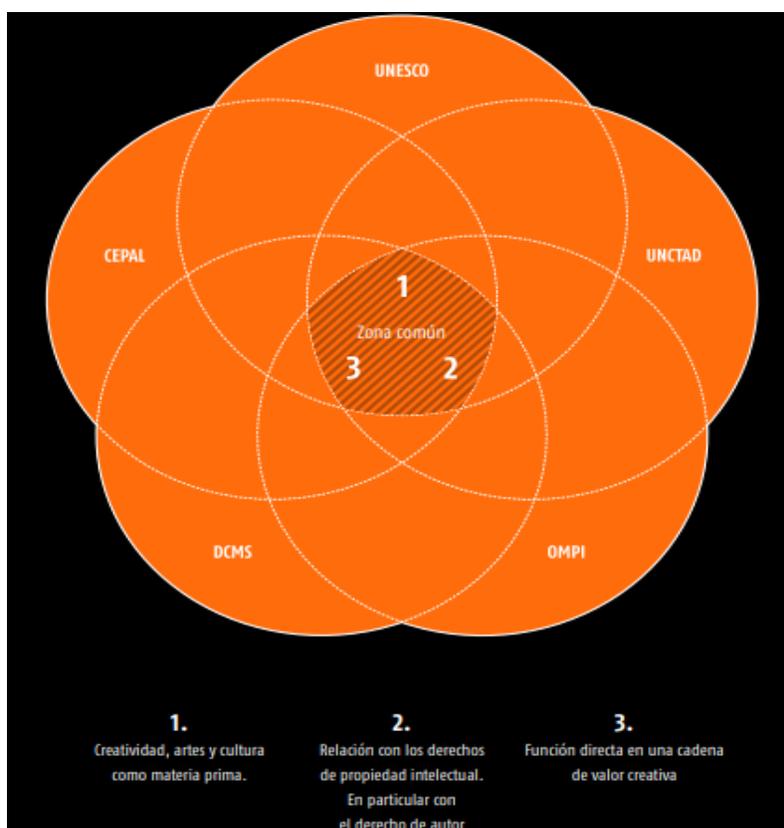
Cuadro 2: Qué es la Economía Naranja.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)	Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural . Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.
Banco Interamericano de Desarrollo(BID)	Las industrias Culturales comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticas culturales , los servicios creativos y los deportes
Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)	Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa, y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo . Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)	Las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor .
Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS)	Las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad , la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual ⁷ .
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)	Las industrias de contenidos son: editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos, y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).

Fuente: Elaboración propia, a partir de Buitrago y Duque (2013).

⁷ Las legislaciones formales no garantizan la explotación exclusiva de las creaciones intelectuales a sus autores de cualquier tipo de creación, sino solo de algunas formas de producción intelectual explícitamente recogidas en dicha legislación.

Figura 5. Factores de la Economía Creativa.



Fuente: Buitrago y Duque (2013).

Construyendo un concepto de Economía Naranja, a partir del elemento común en las diferentes significaciones, podría decirse que es el conjunto de actividades donde creatividad, artes y cultura son la materia prima, está asociada directamente al conocimiento y al acervo cultural, de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, con una fuente de recurso inagotable, pues su componente no es escaso y puede utilizarse como factor de producción económica, convirtiéndose en un motor de desarrollo económico y social. Siendo la propiedad intelectual, el catalizador que convierte la actividad creativa, en una industria creativa.

Propiedad Intelectual

Existen diversos tipos de propiedad intelectual:

- **Los derechos de autor** que protegen la propiedad de un individuo sobre su creatividad cuando ésta ha sido expresada por medio de una pieza escrita, sonora o audiovisual. Garantizan la protección durante la vida del autor y durante algunos años después, período que varía según el país.

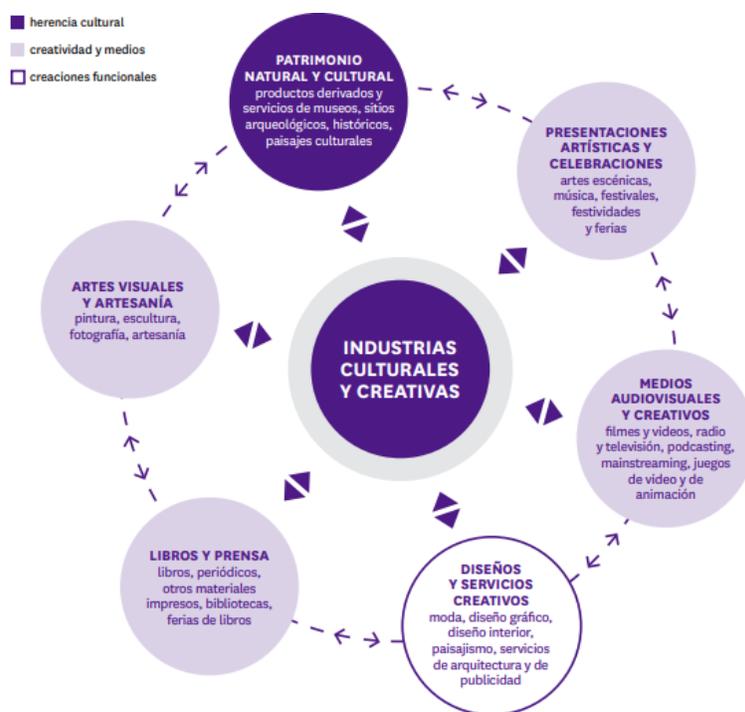
- **Las patentes** las cuales les conceden los derechos exclusivos de explotación a los inventores de productos o procesos durante un tiempo finito. A diferencia de los derechos de autor, que son automáticos, quien pida una patente debe demostrar que su producto o proceso es realmente innovador y único.
- **Las marcas registradas** que protegen el uso de un nombre, símbolo o logo que representa una organización o un producto en particular. Están diseñadas para evitar falsificaciones e impedirles a los estafadores la venta de bienes o servicios a nombre de un tercero.

Economía de las Industrias Culturales y Creativas Industrias culturales y creativas (ICC)

El concepto de industrias culturales se remite a los años 40, refiriéndose a las técnicas de reproducción industrial en la creación y difusión masiva de obras culturales (Adorno). En su concepción de origen el término industrias culturales fue proscrito en tanto suponía la homogeneización de las culturas, en un afán capitalista. En la actualidad, industrias culturales, ha sido asumido como las formas de producción y consumo cultural, que tienen un elementos expresivo o simbólico en su núcleo.

En 2009 UNESCO propuso una definición amplia, que contempla todos aquellos sectores de actividad organizada cuyo origen es la creatividad humana, sea en el pasado o en el presente, que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

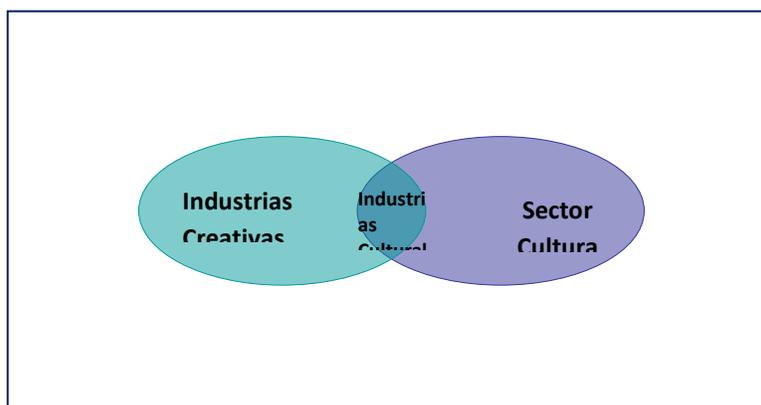
Figura: 6. Sectores de actividad cultural y creativa.



Fuente: Unesco 2009.

Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) están constituidas en primer término por aquellos bienes y servicios que tradicionalmente se ubican en el campo de las políticas culturales tradicionales como las artes escénicas y visuales, la literatura, la música, la cinematografía, la artesanía, el patrimonio cultural y los medios masivos de comunicación. Asimismo, incluyen otros servicios como publicidad, arquitectura, diseño, moda, video, programas informáticos interactivos de ocio, artes de interpretación y ejecución, fotografía, servicios informáticos y el deporte.

Figura 7: Alcance sectorial de las Industrias Creativas y Culturales.



Fuente: Sela (2010)

La noción de “industrias creativas” es muy amplia, porque no sólo abarca bienes y servicios culturales, sino también juguetes y juegos, así como todo el ámbito de “investigación y desarrollo” (I+D), incluyendo actividades como el arte, la moda, la música, el cine, el diseño, la edición, la publicidad, el software, los videojuegos y la arquitectura, entre otras.

Algunos alegan que las industrias culturales no solo impulsan el crecimiento a través de la creación de valor, sino que también se ha convertido en elementos claves del sistema de innovación de toda la economía.

Actualmente, los ingresos generados anualmente por las industrias culturales y creativas ascienden a 2,25 billones de dólares estadounidenses, y las exportaciones son superiores a 250 000 millones de dólares. Generan además cerca de 30 millones de empleos en el mundo, empleando a más personas de entre 15 y 29 años de edad que cualquier otro sector y, en algunos países llegan a representar hasta el 10% del PIB.

Desde una perspectiva económica, el desarrollo de las industrias culturales y creativas tiene una relación directa con los públicos y su aceptación de los productos ofrecidos. La información sobre las preferencias de los consumidores de los bienes y servicios ofrecidos por las industrias culturales y creativas es una exigencia insoslayable, conocer las preferencias de los nuevos públicos es relativamente reciente, y sin embargo, es la clave de entrada para el funcionamiento sustentable del sector cultural y creativo. Si esos públicos no valoran y, por ende, no consumen los productos que salen

de las industrias, será muy difícil que estas se consoliden en el propio mercado. Es decir que, los esfuerzos por crear públicos y abrir mercados basados en la utilización de modelos y herramientas empresariales que tienen como fin la creatividad y la utilización de intangibles como principal materia prima, no solo tienen beneficios económicos, sino también una incidencia cultural y social.

La falta de investigaciones y análisis sobre las ramas de actividades, los subsectores (tales como audiovisual, fonográfico, editorial, multimedia, entre otros) y sus cadenas productivas se debe, en buena parte, a la escasez de estadísticas e indicadores que dificultan la evaluación pormenorizada del funcionamiento y actuación de los agentes que las componen. Los principales agentes (Stolovich, 2002), quienes se diferencian, no sólo por las disímiles funciones que cumplen en el proceso de producción, difusión, comercialización y consumo de los bienes y servicios culturales, sino también por la posición económica que ocupan en dicho proceso.

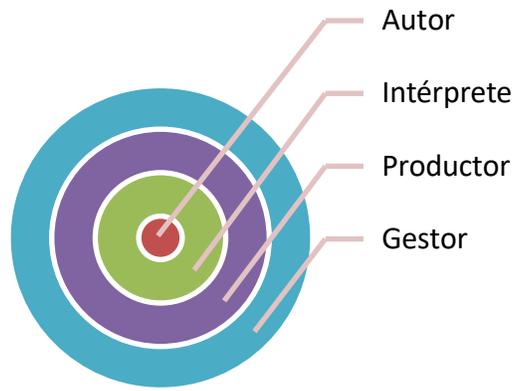
Figura 8. Dimensiones del Proceso de Producción de Bienes y/o Servicios Culturales.



Fuente: Stolovich, Luis et al. (2002)

En otros términos se refiere a las relaciones sociales bajo las que se inscriben en la economía son: el autor (creador, escritor, guionista, “letrista”, compositor, etc.), el intérprete (músico, cantante, actor, bailarín, etc.), el representante artístico, el productor (editor de libros, periódicos, fonogramas, videogramas, películas, etc.), el gestor cultural, público o privado. Todos ellos, orientados a conformar la cadena de valor que determina la diferencia del sector cultural con relación a los otros sectores económicos.

Figura 9. Agentes del Proceso de Producción de Bienes o Servicios Culturales.

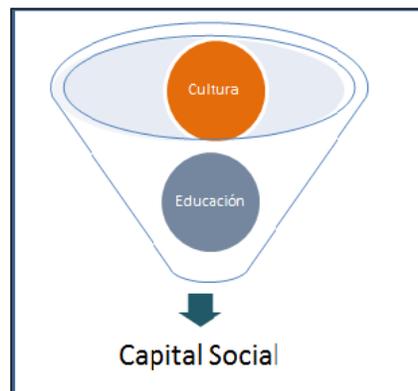


Fuente: Stolovich, Luis et al. (2002)

En Venezuela aún no se han logrado realmente determinar el aporte de estos agentes (el artista y trabajador cultural) en la cadena de valor. La escasez de información sobre los procesos de la gestión cultural -y sus efectos en el conjunto de la economía venezolana- ha impedido que su peso sea calibrado en justa medida, tanto por las administraciones públicas y agentes privados que intervienen en el campo cultural como por la propia sociedad.

En estos términos la cultura, se muestra como la clave para el desarrollo y el asidero de la economía de lo creativo. Las imágenes, valores, percepciones, desarrollos en el campo de la cultura juegan un papel muy importante a favor del cambio en estos aspectos. Al agregar la perspectiva cultural evitamos el fracaso de los modelos de desarrollo económico, políticos y social (Bonet, 2001). Nos encontramos pues, ante la fórmula de que a mayor fortalecimiento de los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, mayor capital creativo, mayor capital creativo, mayor capital social. En palabras simples (Zallo, 2007) a mayor cultura, mayor sostenibilidad del desarrollo económico.

Figura 10. Factores para la Producción de Capital Social - Fuente: Elaboración propia (2019)



Ya indicaba Sen (1999) que el cambio significativo en el análisis del crecimiento y el desarrollo económicos de los pueblos, vendría dado por su gente y lo que sus culturas aportarán, emergiendo a partir de esta afirmación el concepto de “capital humano”.

Figura 11: Capital Humano Versus Capital Social.



Fuente: Domingo, Francisco (2008)

Este modelo de crecimiento económico, a partir de la cohesión social que la educación y la cultura dan a las naciones, ha contribuido a humanizar la concepción del desarrollo y a reflexionar sobre la relación capacidad versus progreso. Apuntando hacia la comprensión de la cultura como una parte central del capital social.

En términos generales, puede afirmarse que el capital social lo constituyen valores, actitudes y patrones conductuales compartidos por una población, lo cual asegura la cohesión social, facilita la interrelación y cooperación de los hombres entre sí y con las instituciones que conforman la sociedad. Se trata de actitudes que contribuyen a que las personas trasciendan las relaciones conflictivas y competitivas para lograr una cooperación y ayuda mutua, donde los esfuerzos se unan para lograr fines compartidos. De hecho, se evidencia que los países que han sabido apoyarse en los sectores culturales y creativos han generado, a partir de los mismos modelos organizacionales inéditos, conocimientos nuevos, redes de cooperación interna, creación de fuentes directas de empleo y numerosas industrias, entre otros beneficios.

Lo cierto es que todavía queda mucho por hacer y numerosos estudios permiten reafirmar el carácter estratégico-cultural que este distintivo sector productivo implica para las economías nacionales, por los bienes y servicios que generan. La tesis central de esta declaración es que “la creatividad, el conocimiento y el acceso a la información son cada vez más reconocidos como potentes

motores del crecimiento económico y de la promoción del desarrollo en un mundo que se globaliza.” (UNCTAD, 2008: 61)

Para este fin, Venezuela necesita interpretar el cambio paradigmático que se viene gestando en el modo de innovar y a su vez consolidar su capital creativo. La idea central (la creatividad y la innovación como noción para crear valor en las empresas y en la sociedad), a través de sus diversas acepciones: nuevos sectores emergentes, industrias creativas, contenidos digitales creativos, trabajos del futuro y creatividad, cultura innovadora, clases creativas, territorios y comunidades creativas, es decir tejer las redes y los flujos de lo que hemos venido denominando como nueva economía o economía creativa, dónde el código genético de cualquier actividad sea empresarial, social, científica, tecnológica o artística, se está viendo alterada por la importancia que adquiere la cultura en toda su extensión.

En este contexto, se puede apreciar entonces, que la creatividad económica y tecnológica se descubre acercándose e interactuando con la creatividad artística y cultural. Asimismo, es indiscutible la interacción entre ocio y negocio o arte y negocio. Esta situación está originando la necesidad de desarrollar nuevas políticas y modelos para la gestión de los productos, bienes o servicios culturales, lo que pudiese considerarse un desafío. Lo que en palabras de Morín (2001) sería. la adaptación a las nuevas realidades, comprender las incertidumbres y crear principios para enfrentar estratégicamente los riesgos, lo inesperado, lo incierto.

Referencias Bibliográficas

Afanador, Ana.

2013. *Análisis de la Condición social del artista y trabajador cultural en el Distrito Capital*. Trabajo Para optar al grado de Magíster Scientiarum en Gestión y Políticas Culturales. Universidad Central de Venezuela. Facultad de Humanidades y Educación. Coordinación de Estudios de Postgrados.

Alcaldía de Bogotá.

2011. *Plan Decenal de la Cultura 2011-2021*. Disponible en: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/plandecenaldeculturabogotadc2012-2021.pdf>

Baumol, William Jack, & Bowen, William.

1966. *Performing arts. The economic dilemma*. Cambridge: Twentieth Century Found.

Bonet Agustí, Lluís.

2001. *Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana*. Barcelona, España. Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo.

Bruner, José Joaquín.

1997. *La educación, puerta de la cultura*. Madrid: Visor, S.A.

- Buitrago Restrepo, Pedro Felipe. Duque Méndez, Iván.
2013. *Economía Naranja, una oportunidad Infinita*. Disponible en: <https://publications.iadb.org/es/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>.
- Caves, Richard E.
2000. *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Convenio Andrés Bello
2015. *Guía metodológica para la implementación de las Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica*.
- Domingo, Federico.
2008. *El Capital Humano y el Capital Social*. Disponible en: <http://sinergiacreativa.wordpress.com/2008/06/07/el-capital-humano-y-el-capital-social/>
- Escribano, Gonzalo.
2010. *Teorías del Desarrollo*. Disponible en: <http://www.uned.es/deahe/doctorado/gescribano/teorias%20desarrollo%20oei.pdf>,
- Fonseca, Ana.
2020. *12va. Conferencia. Internacional Covid19/Políticas Públicas Culturales*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=jz6R3JF-pXo>. Consultado el 13/08/2020.
- Geertz, Clifford .
1987. *La interpretación de las culturas*, México, Editorial Gedisa, 387 pp.
- Giménez Montiel, Gilberto.
2007. *Teoría y análisis de la cultura. Cultura representaciones sociales*. Vol.1 Nro.2 México.
- Ginsburgh, Victor, & Throsby, David. (eds.).
2006. *Handbook of the economics of art and culture*. Ámsterdam: North-Holland.
- Guédez, Víctor
1996. *Gerencia, Cultura y Educación*. Fondo Editorial Tropykos/CLACDEC, Caracas, 2da. Edición.
- Guzmán Cárdenas, Carlos.
2020. "La Gestión Cultural". En: *Industrias y consumo Cultural*. Universidad Audiovisual de Venezuela, Aula . Disponible en: <https://aulas.uav.online/mod/resource/view.php?id=1508&redirect=1>
2008. "Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales".
En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 21. N° 1, junio. pp. 117-173.
2006. "La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual". En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 20. N° 1, junio. pp. 209-262.
2005. *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá, Colombia. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. 1ra. Edición. Colección Economía y Cultura N° 10.

2005^a “La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura”. En: Cesar BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía. pp. 269-314. (2005a)

2005b “Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002”. En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre. pp. 191-216.

2004. “La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación”. En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela, Fundación BIGOTT / CAF.

2003. “Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura”. En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre. Pp. 74-87. (2003)

2001. “Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano”. Caracas, Venezuela. *Cuadernos ININCO*, Vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO.

2001^a. “Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001”. En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre. pp. 86-101.

Howkins, John.

2005. *El motor de la creatividad en la economía creativa*. Entrevistado por Donna Ghelfi. <https://es.scribd.com/document/54733398/economia-creativa-Entrevista-John-Howkins>.

Interamerican Deveelopment Bank (IDB).

2007. *Cultural Industries in Latin America and the Caribbean: Challenges and Opportunities*, IDB, Washington.

Kliksberg, Bernardo.

2006. *Capital Social y Cultura, Claves Del Desarrollo*. Banco Interamericano de Desarrollo-Instituto para la Integración e América Latina y el Caribe (INTAL). Documento de Divulgación 7. Argentina: Buenos Aires.

Kulturaren Euskal Behatokia-Observatorio Vasco de la Cultura.

2017. *Introducción: cultura y política cultural en la era digital y de la participación. Análisis de la cadena de valor y propuestas de política cultural. Primer informe sobre el estado de la cultura vasca*. Bilbao: Gobierno vasco. pp. 22 – 37

Mahbu ul-Haq.

1998. *Informe sobre el Desarrollo*. Disponible en: <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/>.

Majone, Giandomenico

2005. *Evidencia, argumentación y persuasión en la formulación de políticas*, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, Fondo de Cultura Económica, México.

Martinell, Alfons.

2001. *La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro*. Disponible en: http://www.gestionculturana.org/attachments/149_gestion_cultural_alfons_martinell.pdf

Ministerio de Cultura del Perú.

2012. *Lineamientos de Política Cultural 2013-2016*. Disponible en: <https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/11/lineamientomc.pdf>.

Morín, Edgar.

2001. *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Buenos Aires, Nueva Visión. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000117740_spa.

Prieto, Luís.

2001. "La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional". *Revista Información Comercial Española*, Número 792. Madrid

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD).

2010. *Orígenes del Enfoque de Desarrollo Humano*. Disponible en: <http://hdr.undp.org/es/desarrollohumano/origenes/>.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD).

2015. *Qué es el Desarrollo Humano*. Disponible en: <http://hdr.undp.org/en/node/2228>. Consultado el: 23/11/2015.

Rey, German.

2018. *Industrias creativas y educación. La escuela en medio de las transformaciones culturales*. Disponible en: [Dialnet-IndustriasCreativasYEducacionLaEscuelaEnMedioDeLas-6702418.pdf](http://dialnet-industriascreativasyeducacionlaescuelaenmediodelas-6702418.pdf).

Reyes Bernal E., José

2010. "Residuo de Solow o productividad total de los factores (PTF)". *Revista de Economía Institucional*, Vol. 12, N.º 23, segundo semestre/2010

Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe. (SELA).

2010. *Industrias Culturales y Creativas: Elementos para un Programa de Cooperación entre los Países de América Latina y el Caribe*. Caracas. Venezuela.

Sen, Amartya Kumar

1999. *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press; New York: Alfred Knopf, 1999.

Stolovich, Luis; Lescano, Graciela; Mourelle, José y Pessano, Rita.

2002. *La cultura es capital*. Edit. Fin de Siglo, Montevideo.

Throsby, David.

2019. "Haga lo que haga la economía, el arte y la cultura seguirán funcionando". Entrevista Observatorio Social "La Caixa". Recuperado a partir de: <https://observatoriosociallacaixa.org/es/-/entrevista-david-throsby>.

2008. *Creative Australia: The arts and culture in Australian Work and Leisure*. Occasional Paper 3/2008. Census Series #1. Canberra. The Academy of the Social Sciences in Australia.

2003. "El Capital Cultural". En: Towse, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España. Fundación Autor /SGAE. Capítulo IX. Pp. 131-136.

2003^a. "La Sostenibilidad Cultural". En: Towse, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España. Fundación Autor /SGAE. Capítulo LV. Pp. 717-722.

2002. "The Cultural Workforce: Issues of Definition and Measurement". En: *International Symposium on Cultural Statistics*. Montréal. UNESCO Institute for Statistics, 21-23 October 2002. 18 Págs.

2001. *Economics and Culture*. Cambridge, UK. Cambridge University Press.

2001. *Economía y Cultura*. Madrid: Cambridge University Press,

Unesco

1948. *Declaración de los Derechos Humanos*. Disponible en: http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml. Consultada el: 4/6/2013.

1982. *Declaración de México Sobre Las Políticas Culturales*. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf. Consultada el: 04/06/2013.

1982. *Conferencia Mundial sobre políticas Culturales*. Disponible en: <http://diversidadaudiovisual.org/declaracion-de-mexico-sobre-politicas-culturales-1982/#:~:text=En%20julio%20de%201982%20se,La%20identidad%20cultural>. Consultado el: 23/1/2020.

2008. *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consultada el: 5/6/2013.

2001. *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Disponible en: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consultada el: 5/6/2013.

1999. *Informe mundial sobre la cultura: cultura, creatividad y mercados*. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000118597>. Consultado el 14/9/2014..

2005. *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>. Consultado el: 13/03/2020.

2014. *Estrategia de educación de la UNESCO 2014-2021*. París.

2018. *Repensar las políticas Culturales*. Disponible en: <https://es.unesco.org/creativity/global-report-2018>. Consultada el 23/01/2020.

2019. *Informe sobre la Economía Creativa*. Disponible en: http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view-tv-release/news/la_unesco_presenta_el_informe_sobre_la_economia_creativa_en/.

United Nations Conference on Trade and Development. (UNCTAD),

2010. *Economía Creativa*.

2008. *Creative Economy Report. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making*.

2008a. *Pre-conference event. Outcome of the Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD/423.14-15 January. Geneva.

2008b. *Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD(XII)/BP/4. 14-15 January. Geneva.

2004. *Creative Industries and Development, paper for the eleventh session*, São Paulo, 13-18 June 2004. TD(XI)/BP/13.

Vignolo, Carlos

2002. *Desencadenando la Innovación en la Era de la Información y el Vértigo Nihilista: Siete Proposiciones para el Desarrollo de América Latina en el Siglo XXI y la Rehumanización de la Humanidad en el Tercer Milenio*. Disponible en: <http://www.dii.uchile.cl/~ceges/publicaciones/ceges39.pdf>.

Zallo Elguezabal, Ramón

2017. Desenredando la economía de la cultura. *Periférica Internacional*. Revista para el análisis de la cultura y el territorio, (18). Recuperado a partir de <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/4177>

Ana Sofía Afanador. Postdoctorado en Filosofía y Educación, por la Universidad Central de Venezuela. Doctora en Creación Intelectual por la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez. Magister en Gestión y Políticas Culturales, por la Universidad Central de Venezuela. Licenciada en Administración (2000), por la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, con formación en las áreas de Economía Social de Mercado (2017). Planificación para el Desarrollo IESA (2016). Urban for Developing Countries. Ministry of Commerce. China (2015). Presupuesto Público. IESA (2015). Gobernabilidad y Gerencia Política CAF-UCAB-George University Institute (2008). Gerencia Social. Programa Avanzado-Universidad Católica Andrés Bello-FEGS-2007-2008. Implementación de Políticas Públicas. Universidad de Rosario Argentina-UNESR (2005). Cooperación Socio-Cultural AECI-CEDEAL (España) (1997). Email: anaafanadorucv@gmail.com/ Telegram: @Anaafanador/ Twitter: vafanador/Instagram: anasofiaafanador/Linkedin: anasofiaafanador