

POLÍTICAS



**INDUSTRIAS
CULTURALES**

**ECONOMÍA
CREATIVA**

**ANUARIO ININCO
INVESTIGACIONES
DE LA
COMUNICACIÓN**



GESTIÓN CULTURAL

**GESTIÓN
Y POLÍTICAS
CULTURALES**

*Cultural Management
and Policies*

*La gestion et la politique
culturelle*

Gestão e Política Cultural

*Gestione e politiche
culturali*

*Geschäftsführung
und Kulturpolitik*

28 2016

La innovación constituye un factor de gran importancia para dar respuesta a las exigencias de una sociedad cada vez más compleja y en continua transformación. En el sector cultural y creativo, la innovación es uno de los principales productos de la creatividad, su capacidad de generar innovación se concreta mediante la transformación del conocimiento y las ideas culturales en la acción de introducir cambios y mejoras en productos o procesos que generen valor agregado a la oferta cultural. A partir de estas reflexiones iniciales **Adriana Alfonzo Luis** pretende generar conocimientos, reflexiones y debates en torno a la gestión e innovación en la industria discográfica venezolana en el periodo 2010-2015 y su impacto en nuestro entorno como una posibilidad de desarrollo social, de negocio y de emprendimiento.

Por su parte, las políticas culturales deben fundamentarse en el progreso y desarrollo cultural como bien de interés general, imprescindible para el desarrollo personal y comunitario, basado en la preservación de la diversidad cultural, en el reconocimiento y el diálogo. En este contexto, **Carlos Enrique Guzmán Cárdenas** analiza la configuración, transformación y dinámica del sistema de gobernanza cultural e institucionalidad venezolana, desde una perspectiva socio histórica y procesual, exponiendo algunos hechos que pudieran delinear las particularidades de los marcos político, institucional y normativo para el ejercicio de los derechos culturales, con particular atención a la configuración del modelo de institucionalidad cultural, el grado de descentralización de la gobernanza cultural, el desarrollo del marco normativo y las orientaciones fundamentales, como grandes

debates de pensamiento, en materia de política y acción pública cultural en los últimos 25 años (1991-2016). La gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad

Por último, el desarrollo y la formación de los públicos de la cultura se han convertido en uno de los focos de atención prioritario para la gestión cultural. El modelo lineal de relación oferta-demanda ha quedado obsoleto. Al respecto, **Zicri Evelyn Colmenares Díaz**, estudia las características del consumo cultural teatral, en algunas salas privadas, públicas y/o alternativas de la ciudad de Caracas, durante el lapso comprendido en el último bimestre del año 2014.



ADRIANA ALFONZO

LUIS

(Venezuela)



Gestión e innovación en la industria discográfica en Venezuela (2010-2015). Cuatros claves de acción

Management and innovation in the Venezuelan record industry 2010-2015. Four action keys

Magister Scientiarum en Gestión y Políticas Culturales de la Universidad Central de Venezuela, mención honorífica. Especialista en Gerencia Cultural. Licenciada en Educación Musical del Instituto Pedagógico de Caracas (UPEL-IPC). Profesora de la Línea de Investigación *Gestión Cultural, Innovación y Economía Creativa y de la Cultura* del Programa de Postgrado del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV (ININCO-UCV), Maestría en Gestión y Políticas Culturales. Correo electrónico: adriaal@gmail.com

Recibido: 29 /04/ 2016 • Aceptado: 11 /06/ 2016

- © De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de 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 de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.

RESUMEN

ADRIANA ALFONZO LUIS

Gestión e innovación en la industria discográfica en Venezuela 2010-2015. Cuatro claves de acción

La industria musical es uno de los sectores de mayor crecimiento económico y social de todas las industrias culturales y creativas, y es una actividad que fortalece y desarrolla a la economía creativa. La industria discográfica ha sufrido grandes cambios gracias a la acelerada evolución de las nuevas tecnologías, transformando en poco tiempo la forma de producir, distribuir, escuchar, almacenar y disfrutar la música, redimensionando a la industria y su gestión en Venezuela y el mundo. En tal sentido, esta investigación tiene como objetivo evaluar el impacto que las nuevas tecnologías y los procesos de innovación han generado en la industria discográfica en Venezuela en el periodo 2010-2015, tomando como referente metodológico las dimensiones e indicadores de impacto en innovación propuestos por el Manual de Oslo (2005).

Descriptores: Industria Discográfica / Economía Creativa / Innovación / Gestión cultural / Políticas Culturales

ABSTRACT

ADRIANA ALFONZO LUIS

Management and innovation in the Venezuelan record industry 2010-2015. Four action keys

The music industry is one of the sectors of greater economic and social growth of all the cultural and creative industries, and it is an activity that strengthens and develops the creative economy. The record industry has undergone great changes thanks to the accelerated evolution of new technologies, transformed in a short time the way of producing, distributing, listening, storing and enjoying music, resizing the industry and its management in Venezuela and the world. In this sense, this research aims to evaluate the impact that new technologies and innovation processes have generated in the record industry in Venezuela in the period 2010-2015, taking as a methodological reference the dimensions and indicators of impact on innovation proposed by The Oslo Handbook (2005).

Keywords: Recording Industry / Creative Economy / Innovation / Cultural Management / Cultural Policies

RÉSUMÉ

ADRIANA ALFONZO LUIS

La gestion et l'innovation dans l'industrie de la musique au Venezuela 2010-2015. Quatre actions clés.

L'industrie de la musique est l'un des secteurs de la croissance économique et sociale de toutes les industries culturelles et créatives, et est une activité qui renforce et développe l'économie créative. L'industrie de l'enregistrement a subi des changements importants en raison de l'évolution rapide des nouvelles technologies, rapidement transformé la façon dont nous produisons, distribuons, écouter, stocker et écouter de la musique, le redimensionnement de l'industrie et sa gestion au Venezuela et dans le monde. En ce sens, cette recherche vise à évaluer l'impact des nouvelles technologies et processus d'innovation générés dans l'industrie de l'enregistrement au Venezuela au cours de la période 2010-2015, en prenant comme référence méthodologique les dimensions et les indicateurs d'impact sur l'innovation proposée par Manuel d'Oslo (2005).

Mots-clés: Industrie de la musique / économie créative / Innovation / Gestion culturelle / Politique culturelle

RESUMO

ADRIANA ALFONZO LUIS

Gestão e inovação na indústria da música na Venezuela 2010-2015. Quatro ações-chave

A indústria da música é um dos setores de maior crescimento econômico e social de todas as indústrias culturais e criativas, e é uma atividade que fortalece e desenvolve a economia criativa. A indústria fonográfica tem sofrido grandes mudanças, devido à rápida evolução das novas tecnologias, rapidamente transformou a forma como se produz, distribui, ouvir, guardar e desfrutar de música, o redimensionamento da indústria e da sua gestão na Venezuela e no mundo. Neste sentido, esta pesquisa tem como objetivo avaliar o impacto das novas tecnologias e processos de inovação gerados na indústria fonográfica na Venezuela durante o período 2010-2015, tendo como referência metodológica as dimensões e indicadores de impacto sobre a inovação propostos pela manual de Oslo (2005).

Palavras chaves: Indústria da música / Economia Criativa / Inovação / Gestão Cultural / Política Cultural

LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA HOY EN DÍA

La música es una de las expresiones artísticas con mayor penetración y consumo en todos los estratos de la sociedad, es un lenguaje universal esencial de nuestra cultura con fuerte presencia en nuestro entorno diario, en la radio, tv, fondos musicales en establecimientos, transportes, celulares, etc.



Para Throsby (1998), la música es un bien importante en términos económicos ya que supone una parte significativa del presupuesto que los consumidores dedican al ocio, proporciona un medio de vida a los trabajadores implicados en su producción y distribución y es un componente clave en las industrias de los medios y las comunicaciones.

La industria musical está compuesta por: el sector fonográfico que cubre una amplia gama de actividades que incluyen la industria discográfica con la producción y distribución de grabaciones de sonido y de portadores de sonido (discos, cintas, CD y MP3), la manufactura de instrumentos y equipos de audio, las actuaciones en vivo, los servicios profesionales y técnicos, la edición de música, la administración de los derechos de autor y de otros derechos relacionados y transmisiones musicales. (BID, 2007). De todas estas formas de mercantilización de la música, la industria discográfica¹ es actualmente la más importante en términos económicos y el eje de todo el negocio de la música. (OIC, 2009). La industria discográfica se encuentra en el centro de las industrias culturales y está compuesta por sectores pertenecientes a las industrias creativas y las industrias de contenido digital. De estos productos creativos de la industria musical se pueden destacar: las

¹ En la clasificación de las industrias culturales hecha por el Banco Interamericano de Desarrollo (2007) encontramos que el sector fonográfico se encuentra dividido en: industria discográfica, radio, opera, orquestas, conciertos y actuaciones. Considerando el sector discográfico como un todo compuesto por los procesos de creación, producción, distribución y comercialización de los productos musicales, bien sea a través de medios físicos o digitales.

bandas sonoras, los videojuegos, *ringtones*, las apps, *jingles*, software, y todas aquellas nuevas formas digitales de distribución y consumo de los bienes y servicios musicales.

Como industria cultural y creativa, y parte esencial de la economía creativa, la industria musical se fundamenta en la vinculación de la triada: cultura-creatividad, creatividad-innovación² e innovación-cultura³, con la creciente incorporación del conocimiento a su estructura productiva a través de la elevada participación de las TIC y la innovación en la industria, y el componente económico que permite reconocer una nueva dimensión en el quehacer de los artistas, creadores y gestores. La evolución de la industria discográfica se ha dado a través de la adopción de nuevos artefactos y dispositivos que han buscado siempre nuevos formatos con mayor capacidad de almacenamiento y mayor calidad sonora. Desde que Thomas Edison inventó el fonógrafo en 1877, se inicia y mantiene el interés por grabar y reproducir sonidos musicales y hacer respaldos de grabaciones en dispositivos que han ido evolucionando desde los cilindros, el *Longplay*, casetes, cd, hasta los dispositivos digitales actuales como el iPod, Smartphone, etc. Unido a esto, un hecho que ha marcado la historia de la industria discográfica, ha sido la necesidad de llevar y consumir la música en un dispositivo portátil, por esta razón, aparatos como el walkman, el mp3, el iPod, los Smartphone, entre otros, han marcado una pauta importante en la industria musical, representando en cada lanzamiento de estos productos un alza significativa en sus ingresos por ventas y consumo.

² Lo que Lloveras ed. (2009), llama "creatividad social", que son una serie de potencialidades e iniciativas que nacen de los grupos sociales cuyo potencial creativo es ilimitado y su importancia como recurso económico es cada vez más valorada. Lloveras afirma, que la cultura "puede ser un excelente vehículo para capturar la creatividad social, y convertirla en innovación". (Lloveras, 2009: 135)

³ En la postura neoevolucionista desarrollada por Leslie White (1982), la cultura se compone de tres niveles: el tecnológico, el sociológico y el ideológico. En el nivel tecnológico es donde comienzan los procesos de cambio de la sociedad y se considera el factor determinante para la evolución cultural. Para White, además de la explotación y procesamiento de materiales tomados de la naturaleza, todo sistema social está determinado por los factores tecnológicos que las sociedades desarrollan para el ahorro de energía (de esfuerzo) aplicado en cada una de las actividades cotidianas, generándose así, nuevas tecnologías que son utilizadas, adaptadas y mejoradas generación tras generación.

La época de mayor impulso, considerada el Boom de la Industria Musical en el mundo, fue la década entre los 50' y 60', por el impulso dado con el nacimiento del rock n roll, los tocadiscos, la aparición del disco de vinil, las discotecas y el crecimiento de los radioescuchas, lo que generó, la primera expansión a nivel global del mercado de la música. Así mismo, los años 80' fue un periodo de gran éxito para la industria discográfica, y de igual forma, la aparición del CD originó un crecimiento acelerado de la industria a nivel global, obteniendo grandes ganancias que se encontraron por encima de la industria del libro y del cine. (Buquet, cit. Bustamante, 2003). Desde finales de los 90' y principios del 2000 la industria discográfica se vio seriamente afectada a partir de lo que sería la llegada de la era digital, sufriendo grandes pérdidas económicas por la aparición de medios digitales como el mp3 y el internet, las redes p2p, y la consecuente influencia que estos medios tuvieron en el aumento de la piratería.

En la evolución de la industria discográfica, se puede apreciar que ésta siempre ha estado en constante innovación y cambio, pero la mayoría de esos cambios se han concentrado en la adopción de un nuevo formato, siempre dentro de un "soporte físico". Al llegar la música digital, con el Mp3, la música comienza a convertirse en algo intangible, y adicionalmente menos complicado de manejar, de copiar, menos pesado para ser compartido a través de computadoras, entre dispositivos, o por internet. La industria en general no supo cómo entender (a tiempo) este nuevo formato digital "intangible", ni cómo concebir el negocio de la música sin un soporte "físico" que diera respaldo al audio. Por esta razón, la industria discográfica pasó largos años tratando de luchar y competir contra éste sistema digital, mientras que, por otro lado, la industria de la piratería (que siempre lleva la delantera), supo muy bien aprovechar esta oportunidad con las plataformas p2p y su difusión a través de internet, ganando terreno en la distribución ilegal de la música (pirata), especialmente en Latinoamérica.

Un acontecimiento que marca definitivamente el cambio de actitud de la industria frente a la música digital fue el lanzamiento del iPod y la plataforma iTunes por Steve Jobs y la empresa Apple en el año 2001. Es, a partir de éste lanzamiento, que se abren las puertas del negocio digital para la industria discográfica en el mundo. Desde hace diez años las ventas físicas

han venido cediendo espacio a las ventas digitales, logrando en el año 2014, por primera vez en la industria musical, que las ventas digitales alcanzaran a las ventas físicas, representando ambas un 46% de los ingresos de la industria a nivel mundial (el 8% restante corresponde a los derechos) (IFPI, 2015). Así mismo, el último Informe de la IFPI indica que las ventas en formatos digitales (descargas y escuchas online) en el año 2014, superaron a las físicas en 20 países del mundo en más del 50% de sus ingresos, como: China (87%), América Central y Caribe (76%), Suecia (73%), Noruega (72%), Estados Unidos (71%), Perú, Tailandia, Dinamarca, Colombia, India, Corea del Sur, Paraguay, Australia, Indonesia, Ecuador, México, Canadá, Singapur, Rusia y Nueva Zelanda. Lo que indica el aumento imparable y la tendencia del mercado hacia la música en formato digital. Según la IFPI⁴ (2015), la mayor pujanza del sector discográfico digital se vive en Iberoamérica que cuenta con uno de los mayores aumentos en los ingresos digitales en todo el mundo con un 32% en 2014 (con relación al 2013).

La estructura del mercado digital actual se encuentra dividido entre los diferentes servicios digitales y el porcentaje que éstos representan en los ingresos digitales de la industria musical en el mundo para el 2014, integrados por: las descargas⁵ (52%), los servicios de suscripción⁶ (23%) y el uso de

⁴ La Federación Internacional de la Industria Fonográfica es una organización internacional, sin fines de lucro, que representa los intereses de la industria de la grabación en todo el mundo. Su sede está registrada en Suiza y tienen sede en Londres, Bruselas, Hong-Kong, Miami y Beijing. La IFPI representa a más de 1.300 compañías de registro, grandes y pequeñas, en 75 países. La IFPI anualmente realiza el reporte IFPI Digital Music Report y el Informe Recording Industry in Numbers, sobre la situación de la industria musical en el mundo.

⁵ La descarga de música permite a los usuarios acceder a canciones (singles) o álbumes musicales cancelando un monto específico por cada descarga, a través de los servicios de e-commerce, con pago con tarjeta de crédito o servicios PayPal. Entre las plataformas más populares de descarga legal de música se encuentran: iTunes, Google Play Music y Amazon Music. Existen igualmente muchas plataformas de descarga pero de manera ilegal que no cumplen con el pago de los derechos.

⁶ El Streaming por suscripción son servicios de música con pagos por suscripción mensual, que permiten escuchar música sin necesidad de descargarla. En este servicio, los usuarios no están obligados a descargar todo el álbum de un artista o agrupación, sino que puede seleccionar las canciones que realmente sean de su agrado y formar su propia lista de reproducción con variados estilos y artistas, puede explorar de forma accesible la oferta musical, revisar las tendencias de la industria, cuáles han sido los artistas, canciones o álbumes más descargados y reproducidos en la web. (IFPI, 2014)

la telefonía móvil⁷ (3%), que mantienen una tendencia a disminuir, mientras que los servicios de suscripción o streaming por publicidad⁸ (10%) y otros⁹ (12%) tienen una clara y amplia tendencia hacia el aumento. (IFPI, 2015)

Los principales países de Latinoamérica que representan los más altos ingresos en ventas discográfica son Brasil (43%), México (29%) y Argentina con un (12%) de los ingresos de la región para el año 2013. Venezuela (para ese año) aún conserva un porcentaje del 4% del mercado junto a Chile. Colombia se ha convertido en un importante mercado en Latinoamérica para la música digital, el año 2012 Bogotá fue declarada por la UNESCO, como Ciudad Creativa de la Música, gracias a los resultados de creación del Bogotá Music Market (BOmm), que tiene como propósito convertir a Bogotá en uno de los principales centros de negocios de la música de América Latina para el 2025. Esta agencia de atracción de inversión estima que en el mundo la industria discográfica aporta un 8% del Producto Interno Bruto (PIB), y que en Colombia este representa un 3.8 por ciento al PIB nacional. En Latinoamérica el formato música digital que goza de mayor popularidad son los servicios de suscripción (*streaming*) financiados

⁷ Para la IFPI (2014) la música digital ha pasado de ser una experiencia que el usuario disfruta y consume en dispositivos inalámbricos teléfonos inteligentes, tabletas y otros, mientras realiza sus actividades cotidianas. Los teléfonos inteligentes se han convertido para muchas personas en la principal forma de acceder a Internet y acceder a la música, por esto, actualmente la industria busca desarrollar ofertas que garanticen el acceso a los servicios musicales a través de estos dispositivos móviles.

⁸ El Streaming financiado por publicidad son servicios de música gratuitos que permiten escuchar música sin necesidad de descargarla gracias a la publicidad que ofrece la plataforma.

Las plataformas de streaming con mayor éxito y expansión mundial según la IFPI son Deezer y Spotify, están también otros como Rdio, KKBOX y WiMP que continúan captando nuevos usuarios. Otras compañías como Beats Music y YouTube. (IFPI, 2014)

⁹ La música digital estimula la innovación a medida que las tiendas mejoran sus servicios y añaden nuevas funcionalidades para ofrecer al usuario una mejor experiencia. Las principales innovaciones, entre otras, son la expansión de los servicios basados en la "nube" con funciones *scan and match* (con lector de código electrónico del celular), más y mejores aplicaciones para dispositivos móviles, herramientas mejoradas de radio inteligente, y más funciones vinculadas a las redes sociales, como una mayor integración con Facebook. Para la IFPI (2005) el cambio hacia la nube podría ser tan significativo para el consumidor como el que implicó pasar del producto físico al consumo digital.

por publicidad (Gratuitos), que representan el 37% de los ingresos (2014), seguido por los servicios de suscripción (paga) un 19%, las descargas de canciones (17%) y de álbum (12%) y un llamativo 13% en los servicios móviles, porcentaje superior al uso móvil mundial (IFPI, 2015). Lo que muestra la importancia del uso de dispositivos móviles en Latinoamérica.

LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA EN VENEZUELA

Los inicios de la industria discográfica en Venezuela datan de 1897 con la aparición de los primeros soportes de rollo de pianola. Uno de los personajes más importantes para los inicios de la industria musical y discografía en Venezuela fue el famoso empresario Williams Phelps. Fue el primero en traer a Venezuela los primeros rollos perforados de pianola (1910), fundó el Almacén Americano el mayor importador de equipos de sonido y discos 78 RPM en el país (1920), comienza a realizar las primeras grabaciones, fundó junto a E. Anzola la primera emisora radial del país “La Broadcastin Caracas” (1930) lo que luego será Radio Caracas Radio. (Colmenares, 2012). En 1945 se fundó la primera casa disquera de Venezuela: la REX, propiedad de Jacobo Benarroche, y el sello ERNA lo que luego será la T.H. Discoteca.



Los expertos tienden a dividir la historia de la industria discográfica en Venezuela en cuatro periodos, como son: Un primer periodo de crecimiento de la industria discográfica entre los años 60' y 70', representado por pequeñas casas disqueras (familiares) y algunas majors internacionales que dominan el escenario comercial venezolano en esa época como: La Discoteca, Velvet de Venezuela, Palacio de la Música, Polydor S.A., Discomoda y CBS.

Un segundo periodo, en la década de los 80' considerada por los expertos, como la época de oro de la industria discográfica en Venezuela, de mayor auge y desarrollo. Venezuela era uno de los países con mayor consumo de discos por habitante, a la par de los países industrializados.

(un LP por persona al año) (Ríos, 1988). La aparición de dos nuevas compañías disqueras que vienen a revolucionar el mercado discográfico venezolano de los años 80 como son: Rodven¹⁰ y Sonográfica¹¹. A mediados de los años 80 se apoyó muchísimo al talento musical venezolano, a raíz del Decreto Presidencial 598 de Protección a la Música Venezolana, conocido como el “Uno por Uno”, que obligaba a las emisoras de radio a transmitir una canción de producción nacional por cada canción de un intérprete extranjero. La repartición de la industria discográfica venezolana estuvo dominada principalmente por Rodven y Sonográfica representando alrededor del 52% del mercado, dejando un 48% en manos de las demás discográficas como: CBS 16%, El Palacio 10%, La Discoteca 9%, Magic Records, Profoven, Suramericana del disco y otros 13%. El 50% del mercado nacional estaba dominado por los artistas locales, un 35% por artistas latinos internacionales, 12% temas anglosajones y el 3% por productos especiales, clásica y otros. (Ríos, 1988)

Luego, viene un tercer largo periodo, entre la década de los 90 y principios de los años 2000, considerada por los expertos como la época de mayor crisis para la industria discográfica en el país. Luego de derogado el decreto uno por uno y ante la llegada del formato del disco compacto, el mercado experimentó una severa contracción al inicio de la década de los 90. Seguidamente afectada por la aparición de los formatos digitales de Cd, mp3 y el internet, así como la piratería. Venezuela, al igual que Latinoamérica, se acostumbró, entre la década de los 90 y principios del 2000, a la descarga de música gratuita (ilegal o pirata), en un principio en

¹⁰ Rodven fue un sello disquero vinculado financieramente al Grupo Cisneros (Venevisión). Inició sus actividades en 1980, como una subdisquera de Love Records y luego se fusionó con Palacio en 1986. Rodven tenía su planta en Cagua, poseía la marca Magnun de cassettes y tiene licencias de WEA, EMI, Ariola, Arista, MCA, Hispavox, Walt Disney, entre otras. Rodven contó con 40 artistas firmados. En 1995 Rodven cedió todas sus operaciones a PolyGram y actualmente comercializa música bajo la denominación Líderes.

¹¹ Sonográfica era una compañía disquera perteneciente al grupo IBC (donde pertenece RCTV y RCR entre otras, fundada por los Phelps), su planta estaba ubicada en Barquisimeto, poseía la marca Sonotek de Cassettes y licencias de Polygram, Casablanca, Philips, Barclay y fue luego fue fusionada con Velvet. Sonográfica contó con 50 artistas firmados. En la actualidad, Sonográfica aún existe pero no con el éxito y poder que tenía en los ochenta, afectada en gran medida por las nuevas tecnologías digitales y la piratería.

CDs y luego a través de descargas digitales, justificados, entre otras razones, por la IFPI en que el internet a los países latinoamericanos no llegó acompañado de una oferta de servicios musicales en línea lo suficientemente atractiva y abundante, donde servicios como el iTunes de Apple (que fue la primera plataforma de descarga legal de música digital en el mundo) no llegó a Latinoamérica sino hasta a finales del año 2011, diez años después de su lanzamiento oficial en Estados Unidos.

En Latinoamérica, el incremento de descargas musicales ilegales ha estado vinculado al menor poder adquisitivo de los pobladores de esta región, a quienes se les dificulta la adquisición de cds o de descargas musicales cotizadas a precios internaciones en comparación con los países desarrollados en donde el poder adquisitivo es mucho mayor y la aplicación de la ley, en los casos de violaciones a la propiedad intelectual, es mucho más rígida. Durante el periodo 2004-2010 ya muchos países del mundo percibían ingresos por la venta de música digital, pero la mayoría de los países en Latinoamérica aun no tenían esta facilidad de acceso a la música digital y fue un mercado que inicio tarde (igualmente para Venezuela), con algunas excepciones como el caso de Brasil, Colombia, entre otros.

Y el último periodo entre los años 2010 y 2015, es considerado una etapa aun de crisis, pero también de transformación de la industria discográfica en Venezuela, ya que representa el inicio de un proceso de adaptación a las nuevas tecnologías digitales por parte de la industria discográfica en Venezuela, ya que a partir del 2010 surgen una seria de transformaciones que han afectado a los productos, los procesos, la organización y la comercialización de la industria discográfica en Venezuela. Para el año 2010 según la IFPI, de los ingresos por ventas de música en Venezuela sólo el 5 % correspondían a la música digital, un 12% al cobro de derechos y el 83% restante a los ingresos de ventas físicas. Pero Venezuela está migrando velozmente a las plataformas digitales de la música, así lo demuestra el informe de la IFPI (2014) que establece que el consumo digital en Venezuela aumento un 85% para el año 2013, presentando una migración importante de la piratería a servicios legales de suscripción y descarga digital. Los productos digitales que han tenido mayor éxito en Venezuela son las descargas, lo que indica que aún se considera importante la posesión de la música.

GESTIÓN E INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA EN VENEZUELA (2010-2015)

El impacto de los procesos de innovación en la industria discográfica en Venezuela en los últimos cinco años, se presenta en tres grandes sectores con diferentes niveles de impacto:

Un primer sector, conformado por los grandes sellos disqueros de Venezuela, como Sonográfica y otros sellos medianamente grandes, que han tenido un muy bajo impacto de innovación dentro de sus procesos productivos y organizativos dentro de los últimos cinco años, ya que no han incorporado nuevas tecnologías dentro de sus procesos. Esta industria tradicional no ha tomado una verdadera conciencia de la importancia de asumir procesos de innovación y adopción de las nuevas tecnologías, que les permitan implantar un nuevo modelo de negocio digital. Estas industrias aún están evaluando cómo en un futuro adaptar su negocio a estos nuevos procesos, pero por los momentos, se encuentran esperando agotar el uso de los soportes físicos, que a pesar de las grandes pérdidas anuales que registra (entre el 20-30%), continúa siendo un negocio rentable que genera grandes sumas de dinero a estas industrias. Esta falta de innovación en la industria discográfica de grandes sellos nacionales, debido entre otras razones de índole económico y social, y propio desplazamiento de la industria musical a patrones digitales, son factores determinantes de las pérdidas en sus ventas físicas y del desplazamiento de éstas por otros sectores con mayor uso de las nuevas tecnologías.

Actualmente, ésta industria discográfica “formal” continúa igualmente dominando, junto a los grandes sellos internacionales (Sony, Universal y Warner), los medios de difusión nacional (como radios, tv y conciertos) y la venta en las discotiempos, pero, en el caso nacional no con nuevas producciones sino reediciones de catálogos nacionales de los años 70’, 80’, y 90’. A pesar de esto estas industrias tradicionales saben que deben ir a futuro adaptándose a estos nuevos modelos digitales, y han tomado conciencia de que *“lo más importante es el contenido y no el contenedor”* (Moreno). Y que todo apunta a un cambio de soporte en la industria. En el caso de las multinacionales, encontramos que dadas las condiciones socioeconómicas en las que se encuentra Venezuela, *majors* como Universal y Warner se retiraron

alrededor del año 2010, por lo que sólo permanece funcionando principalmente la empresa Sony Music. Las *majors* en Venezuela, se han dedicado principalmente a la distribución de artistas internacionales. En muy contados casos, estas *majors* han producido a un artista nacional en los últimos años, y cuando lo hacen toda la producción se crea fuera del país (por lo general Miami) como el caso de Chino y Nacho, entre pocos. A pesar de esto Sony Music domina el 80% del mercado musical en Venezuela para el año 2015 y el 50% de sus ventas se encuentran dentro del mercado de la música digital (Colmenares).

Por otro lado, encontramos, un segundo sector, conformado por los sellos pequeños, las *pymes* y artistas independientes, que, a falta de una Industria discográfica “formal” que desarrolle nuevos proyectos con el talento nacional, han adoptado las nuevas tecnologías y han logrado generar un gran impacto dentro de sus procesos de producción y organización. Los pequeños sellos se han dedicado a apoyar y producir a nuevos artistas y músicos, a partir de las facilidades que les ofrecen estas nuevas tecnologías. Es así, cómo las nuevas herramientas tecnológicas han permitido a los artistas tomar un rol protagónico dentro de sus carreras, permitiéndoles realmente independizarse de los procesos de producción, distribución, comercialización y marketing que les ofrecían los sellos tradicionales y los canales convencionales de difusión de la música, haciendo de la industria una organización más horizontal donde el artista se ocupa todos los procesos dentro de la cadena de valor, pasando de la creación a la distribución directamente, saltando y asumiendo el rol que desempeñaba anteriormente el sello discográfico.

Estos nuevos procesos de innovación han impactado en: la producción (grabación y duplicación) con la democratización de los formatos y procesos de grabación y edición de música digital a través de computadoras, iPad y celulares inteligentes, etc. y los nuevos software y aplicaciones digitales que facilitan y simplifican estos procesos. Así mismo en el área de comercialización o marketing, a través de la difusión, promoción y posicionamiento de sus productos a través de las plataformas digitales como redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.), el manejo eficiente de páginas web, difusión a través de plataformas como SoundCloud y YouTube, entre

otros. Y así mismo, en la venta y distribución de su música a través de éstos mismos medios y de las plataformas dedicadas para tal fin como IChamo, y otras internacionales como iTunes, Google Play, Amazon Music, entre otras. Estas últimas plataformas, así como YouTube, permiten adicionalmente, a los músicos venezolanos, obtener ingresos en dólares, no muy altos, pero aun así importantes.

Si bien estas tecnologías ayudan a proyectar nacional e internacionalmente a los artistas venezolanos, aún siguen dependiendo de que algunas de las *majors* internacionales (Sony Music, Warner o Universal) los considere como verdaderos talentos internacionales dentro de sus corporaciones para poder tener mayor proyección internacional. En este sentido estas plataformas digitales brindan a los artistas herramientas que les permiten difundir y desarrollar su carrera y tener una mayor visibilidad nacional e internacional, permitiéndoles darse a conocer a través de los medios digitales por estas *majors*. *Ichamo* es la primera web dedicada a la venta de música digital en Venezuela, concebida en el año 2010 por Luis Mori como una página desarrollada por venezolanos para venezolanos, que permitiera a los venezolanos adquirir música digital en moneda nacional

En Venezuela existen organizaciones de artistas, como la conocida “Movida Acústica Urbana” que son una serie de grupos y artistas principalmente de música venezolana, que se han unido y han aprovechado estos nuevos medios digitales impulsando su carrera musical a través de



ellos, sin depender de los medios tradicionales. Así mismo, numerosos grupos de Rock y Pop que han logrado calar dentro de las redes sociales y las ventas digitales hasta llegar a estar nominados en los premios Grammy a nivel internacional o los Premios Pepsi Music a nivel Nacional, gracias a la difusión a través de las nuevas tecnologías digitales. Hay que resaltar que en la actualidad la popularidad de un artista, tanto en el medio musical como en otros medios, ya no se mide sólo por la venta de discos físicos, sino que hoy en día se mide por el número de seguidores que éstos tengan en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), el número de reproducciones

que tiene en los servicios de *streaming* (como por ejemplo YouTube), el número de ventas digitales y la prioridad que tengan dentro de los buscadores digitales (como Google, Yahoo). Por lo que el manejo de los artistas en estos medios es de vital importancia para el éxito de su carrera musical.

Ahora en el tercer y último sector, el impacto que estas tecnologías han tenido en la oferta musical y el consumidor venezolano ha sido considerablemente importante, ya que Venezuela se encontraba con una industria discográfica tradicional muy disminuida, sólo con la oferta de reediciones de músicos de los años 70' y 80', y con un oferta cada vez menor de música internacional de las grandes disqueras internacionales, con muy alto costo y en disminución continua, gracias a los rígidos controles de cambio que mantiene el país. En este sentido, el periodo 2010-2015, representa una reapertura para la oferta musical en el país, con la llegada de iTunes a Venezuela, el aumento del uso de celulares inteligentes con acceso a internet y la venta de canciones a través de los teléfonos celulares por empresas de telefonía Móvil como Movistar y Digitel, la creación de *IChamo* y otras plataformas de compra digital (La Polka, Full Nota, entre otras) en moneda nacional, el acceso a plataformas de streaming gratuito como YouTube, Sound Cloud, radios digitales, etc.

Estos nuevos medios han permitido al venezolano tener acceso a un mayor número de contenidos (nacionales e internacionales), con una mayor diversidad de estilos y géneros musicales, ha democratizado, así mismo, el acceso del consumidor a todos aquellos contenidos a los que no podía acceder por no estar incluidos en la oferta musical de los grandes sellos nacionales e internacionales. Así mismo, ha permitido al consumidor seleccionar los contenidos y artistas que realmente desea escuchar y por cuales estaría dispuesto a pagar, y a un precio significativamente menor al de los soportes físicos. Ha facilitando adicionalmente, el acceso e interacción del consumidor con el artista, el estar en contacto directo de sus actividades y lanzamientos. Así mismo, estos medios han otorgado al consumidor un rol protagónico dentro de la industria, asumiendo la figura de *prosumidor* (productor y a la vez consumidor) de contenidos musicales a través de su interacción en las redes y medios sociales, y se han convertido cada vez más, en el centro de las decisiones de las corrientes del mercado musical.

En un mercado donde el venezolano no ha estado acostumbrado a pagar por música, que pasó de una piratería física a una piratería digital con uno de los más altos índices en Latinoamérica, éstos nuevos medios y estas nuevas ofertas digitales legales han comenzado a transformar poco a poco al consumidor venezolano, dirigiéndolo hacia canales legales de adquisición de la música. Transición que se percibe, por ejemplo, cuando la plataforma IChamo aumentó un 384% sus ventas digitales para el año 2014 (en comparación con el año 2013), y algo similar va sucediendo con otras ofertas digitales que día a día son asumidas tanto por artistas como consumidores venezolanos. A pesar que las ventas digitales no sean aun números realmente significativos en el mercado venezolano, el continuo y amplio aumento que mantiene el modelo digital frente a las grandes pérdidas del mercado físico, y con lo cerrado y complejo del mercado venezolano, estos números continúan siendo un esfuerzo significativo en el desarrollo del modelo digital en Venezuela.

Paralelo a este proceso, surge un esfuerzo o alternativa del estado ante la ausencia de productos nacionales por las grandes empresas discográficas de crear el Centro Nacional del Disco (CENDIS), instituto que asume a partir del 2010 un rol de disquera del estado (a pesar de ser una fundación), que se dedica a promover e incentivar la producción musical nacional que fortalezca la identidad venezolana, y busca brindar apoyo en la grabación, duplicación y distribución de la música a artistas venezolanos pero con la gran limitante de mantener una línea editorial la ideología política del estado. Lo que igualmente discrimina y restringe el acceso a los músicos con otras tendencias y la libre expresión artística. Una de las críticas que se hace a esta institución (a parte de la línea editorial), es que el Cendis se dedicó a hacer, durante mucho tiempo, un número exagerado de réplicas de los discos de cada lanzamiento, en vez de hacer un menor número de copias, pero para un número mayor de grupos y artistas y así mejorar la distribución y beneficios de los recursos. El CENDIS a pesar de haber gozado de una gran bonanza económica y productiva y de contar con equipos de la más alta tecnología, igualmente se ha visto afectada por la severa crisis económica del país y ha tenido que parar su producción por no contar con los insumos básicos para sus discos (como pasta, estuches, etc.) por falta de divisas para su adquisición. Frente a esta gran crisis y por una misma

necesidad de innovación, el Cendis se encuentra adaptando sus procesos de producción, distribución y comercialización a los canales digitales y estableciendo alianzas con otras empresas de comercialización musical en Latinoamérica para la internacionalización de sus artistas.

En general, existen varias razones que han rezagado la adopción del modelo digital en Venezuela, y muchas de estas razones se concentran en: problemas de infraestructura tecnológica como el ancho de banda y la velocidad del internet, y el acceso a estos servicios; los problemas cambiarios que enfrenta el país, con el recio control en el acceso a divisas, que impide la compra e intercambio de productos musicales y el uso de plataformas internacionales, por los altos costos y la restricción en el acceso a monedas extranjeras; los problemas generados por la gran crisis económica que enfrenta el país, donde el venezolano tiene cada vez más dificultades para cubrir sus necesidades básicas, acarreado como consecuencia un menor presupuesto e interés para gastos en ocio y entretenimiento musical; por otro lado están los problemas sociales, de inseguridad y fraudes electrónicos, por lo que las personas temen utilizar sus tarjetas de crédito en páginas web que no le brinden seguridad al usuario.

Por otro lado, indudablemente ésta misma crisis impide cada vez más el desarrollo de la industria en soportes físicos, ya que todos los suministros que se necesitan para su elaboración son productos importados y muy costosos, y deben ser cancelados en moneda extranjera. Así mismo, los pocos discos internacionales que logran entrar al país son prácticamente inaccesibles para la mayoría de los consumidores, porque sus precios deben ser calculados en dólares, ya que estas empresas deben retornar las regalías a esos músicos en dólares. Adicionalmente, se encuentran razones de inseguridad



jurídica para el funcionamiento de estas empresas y para el desarrollo de las industrias de contenido digital.

En este sentido, la adopción de los nuevos medios de producción, distribución y comercialización de la música a través de los canales digitales representan una alternativa importante para

la prosecución de la industria discográfica en medio de la crisis que vive el país. Ya que el desarrollo de estas industrias en el ámbito digital acarrea menos gastos de producción, porque no necesita CDs, estuches y duplicación, sino que el producto digital sale directo del estudio de grabación. Así mismo, en la distribución, porque no intervienen otras instituciones o tiendas con gastos de arrendamiento y personal de venta, sino que simplemente colgarlo en las diferentes páginas y plataformas web para su distribución. Y en la comercialización o marketing, ya que la mayoría de las redes sociales por donde se puede hacer promoción y posicionamiento de los artistas y sus productos son de uso gratuito.

A nivel gubernamental, de políticas culturales y políticas de innovación, es importante: mejorar la infraestructura tecnológica del país, la velocidad y ancho de banda. Flexibilizar los controles de cambio que permita a la industria acceder a divisas para la producción nacional de música, la participación de artistas internacionales, etc. Incentivar estrategias para la gestión de pago por internet y la seguridad contra plagio y estafas en los portales de comercio electrónico. Aumentar las oportunidades del comercio móvil. Mejorar el clima de negocios, que permita a las empresas tener mayor seguridad jurídica en la creación de negocios en el país y por internet y así atraer la inversión extranjera. Establecer sistemas de control en el cobro de los derechos de autor y los derechos conexos para la distribución y difusión de contenidos musicales digitales por internet, ya que SACVEN y AVINPRO (organismos dedicados a la recaudación de los derechos de autor y conexos respectivamente) afirman que hay muchos problemas para el cobro de estos derechos tanto a nivel físico, y mucho más a nivel digital, donde aun no se han creado los controles para cobrarlos, aun cuando el estado deja de percibir grandes sumas de dinero por concepto de impuestos.

La tendencia de la industria a futuro será la adopción cada vez mayor de las tecnologías digitales de descarga, *streaming*, nuevos servicios y manejo de dispositivos móviles, y el uso de las redes sociales, radios digitales y páginas web, en un nuevo modelo de negocio enfocado, cada vez más, al área de la música digital. Los expertos prevén que la venta de formatos físicos continuará disminuyendo, conservando aproximadamente un 20%, para aquellos usuarios que deseen un respaldo físico de sus artistas favoritos y para hacer regalos. Pero la industria discográfica no se detendrá allí,

continuará avanzando a nuevos formatos cada día más avanzados, con mayor calidad y practicidad, mayor fidelidad (calidad sonora), con nuevos métodos de distribución, comercialización y marketing más desarrollados y tecnológicos, en una organización cada vez más dinámica. Por ahora, lo que viene para la industria discográfica es la adopción de las tecnologías de *The Big Data* para conocer aún mejor las nuevas audiencias y poder ofrecer productos cada vez más personalizados y adaptados a sus necesidades, en una orientación total hacia su usuario-consumidor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BID

(2007) *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: Desafíos y Oportunidades*. Banco Interamericano de Desarrollo. España.

BID

(2013) *La Economía Naranja. Una oportunidad infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington

BUSTAMANTE, E.

(2003) *De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura*. España: Universidad Complutense de Madrid

COLMENARES, J.

(2012) *La Historia Discográfica en Venezuela*. Archivo Musical. Radio Nacional de Venezuela [Video en Línea]. Disponible: https://www.youtube.com/watch?v=DSSwyER_X5I. [Consulta: 2014, junio 3]

IFPI

(2014) *Reporte de la Música Digital de la IFPI 2014. Nuevos Mercados ven Luz*. Federación Internacional de la Industria Fonográfica. IFPI Latinoamérica-USA. Ipsos MediaCT.

IFPI

(2015) *Reporte de la Música Digital de la IFPI 2015. Nuevos Mercados ven Luz*. Federación Internacional de la Industria Fonográfica. IFPI Latinoamérica-USA. Ipsos MediaCT.

LLOVERAS E., MARTÍNEZ R., PIAZUELO C., ROWAN J.

(2009) *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*. Madrid: Traficantes De Sueños

OCDE

(2005) *Manual de Oslo. Directrices para la recogida e interpretación de información relativa a innovación*. París: OCDE

OIC

(2009) *La Industria del Disco. Economía de las PyMEs de la industria discográfica en la Ciudad de Buenos Aires*. Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

PROMUSICAE

(2013) *Libro Blanco de la Música en España 2013. Productores de Música en España*. Universidad Pompeu Fabra. Barcelona IDEC.

RIOS, O.

(1988) *La industria discográfica y los videoclips en Venezuela. Comunicación: Estudios Venezolanos de Comunicación*. Centro Gumilla CIC-UCAB. Venezuela. pp. 56-61

THROSBY, D.

(1998) *El papel de la música en el comercio internacional y en el desarrollo económico, Informe mundial sobre la cultura-UNESCO*.

UNCTAD

(2008) *Informe sobre la economía creativa 2008. El desafío de evaluar la economía creativa: hacia la formulación de políticas públicas informadas*. UNCTAC: Chile.

WHITE L.

(1982) *La ciencia de la cultura: un estudio sobre el hombre y la civilización*. Editorial Paidós. Barcelona-España. Pp: 337-340.

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS (Venezuela)

Doctorante en Humanidades, Magíster Scientiarum en Administración (2002), Especialista en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor Asociado e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV). Director del ININCO-UCV. Director Editor del Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación. Coordinador General y docente de la Maestría en *Gestión y Políticas Culturales* de la UCV. Responsable de la línea de investigación *Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura* del ININCO-UCV. Profesor de postgrado del Máster en Comunicación Social UCV y en la Especialización de Gerencia de las Comunicaciones Integradas, Universidad Metropolitana (UNIMET). Docente de pregrado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Miembro de Comités Editoriales de Revistas Internacionales sobre Comunicación. Investigador acreditado por el Programa de Promoción del Investigador (PPI 8480) 2007-2010 en el Nivel III. Ha publicado siete libros y coautor de tres sobre Políticas Culturales, Economía de la Cultura y Consumo Cultural. Su más reciente libro *Economía Creativa e Innovación. Industrias Creativas, Culturales y de Contenidos Digitales* (2012, Editorial Académica Española). Autor de capítulos en más de 22 libros. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 62 artículos académicos publicados. Miembro en calidad de Asociado y Coordinador General del Grupo de Trabajo *Estudios Culturales y Economía de la Comunicación* de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (InveCom). Miembro regular de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Consultor internacional en Industrias Creativas, Contenidos Digitales, Comunicación Empresarial, Investigación y Marketing de Medios de Comunicación, TIC's, Telecomunicaciones y Cultura. Correo electrónico: carloseguzman@cantv.net; cguzmancardenas@gmail.com; Twitter: @innovarium; Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050445; Skype: carlos.enrique.guzman.cardenas



Debates sobre la institucionalidad cultural en Venezuela 1991-2016. Gobernanza, pensamiento y políticas culturales en tiempos de autoritarismo¹

*Debates on cultural institutions in
Venezuela 1991-2016. Governance,
thinking and cultural policies
in times of authoritarianism*

Recibido: 17/09/2016 • Aceptado: 20/11/2016

¹ La investigación forma parte de un proyecto científico titulado: *“La Gobernanza de la cultura en tiempos de autoritarismo. Economía, Política y Gestión Cultural en Venezuela”* de la línea de investigación Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura (SIPECC-0001/2017) del ININCO-UCV, bajo la coordinación de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Debates sobre la institucionalidad cultural en Venezuela 1991-2016. Gobernanza, pensamiento y políticas culturales en tiempos de autoritarismo

La investigación de la que en esta publicación presentamos tiene la ambición de proporcionar algunas claves sobre la configuración, transformación y dinámica del sistema político cultural venezolano, desde una perspectiva sociohistórica y procesual, atendiendo a las exigencias de exponer con un enfoque descriptivo algunos hechos que pudieran delinear las particularidades de la institucionalidad cultural venezolana. El estudio abarca el lapso comprendido entre 1991-2016. Dado lo novedoso de esta área de análisis de las prácticas institucionales del sector cultural en nuestro país, así como la poca producción teórica directamente vinculada a la misma, la información contenida en este estudio, antes que exhaustiva, se ha organizado en algunos apartados que cabe considerar más importantes en este terreno al caso venezolano. Por último presentamos dos desafíos para los próximos años, a manera de conclusión, el auge de la cultura privada y las libertades culturales. La investigación forma parte de un proyecto científico intitulado: "La Gobernanza de la cultura tiempos de autoritarismo. Economía, Política y Gestión Cultural en Venezuela" de la línea de investigación Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura (SIPECC-0001/2017) del ININCO-UCV, bajo la coordinación de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

Descriptores: Políticas Culturales / Gestión Cultural / Debates / Pensamiento Cultural / Venezuela

ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Debates on cultural institutions in Venezuela 1991-2016. Governance, thinking and cultural policies in times of authoritarianism

The research that we present in this publication has the ambition to provide some clues about the configuration, transformation and dynamics of the Venezuelan cultural political system, from a sociohistorical and procedural perspective, attending to the exigencies of exposing with a descriptive approach some facts that could delineate the particularities of Venezuelan cultural institutions. The study covers the period from 1991-2016. Given the novelty of this area of analysis of the institutional practices of the cultural sector in our country, as well as the little theoretical production directly linked to it, the information contained in this study, rather than exhaustive, has been organized in some sections that fit to consider more important in this regard to the Venezuelan case. Finally we present two challenges for the coming years, by way of conclusion, the boom of private culture and cultural freedoms. The research is part of a scientific project entitled "The Governance of Culture times of authoritarianism. Economics, Politics and Cultural Management in Venezuela" of the research line Society of Information, Politics and Economy of Communication and Culture (SIPECC-0001/2017) ININCO-UCV, under the coordination of Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

Keywords: Cultural Policies / Cultural Management / Debates / Cultural Thought / Venezuela

RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Débats sur les institutions culturelles au Venezuela 1991-2016. La gouvernance, la pensée et les politiques culturelles en période d'autoritarisme

La recherche dans ce présent publication a pour ambition de fournir des indices sur la configuration, la transformation et la dynamique du système politique culturelle du Venezuela, dans une perspective socio-historique et procédurale, répondant aux exigences d'exposer une approche descriptive des faits qui pourraient décrire les particularités des institutions culturelles du Venezuela. L'étude porte sur la période 1991-2016. Compte tenu de la nouveauté de ce domaine de l'analyse des pratiques commerciales du secteur culturel dans notre pays et peu de production théorique directement liée à elle, les informations contenues dans cette étude, et non exhaustif, a été organisée dans certaines sections qui correspondent à considérer le plus important dans ce domaine au cas du Venezuela. Enfin, nous présentons deux défis pour les années à venir, en conclusion, la montée de la culture privée et des libertés culturelles. La recherche fait partie d'un projet scientifique intitulé: « La gouvernance des temps de culture autoritaire. Economie, Politique et gestion culturelle au Venezuela » de la recherche Société de l'information, la politique et l'économie de la communication et de la culture (SIPECC-0001/2017) ININCO-UCV, sous la coordination de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

Mots-clés: Gestion culturelle / Les politiques culturelles / Débats / Pensée culturelle / Venezuela

RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Debates sobre instituições culturais na Venezuela 1991-2016. Governança, pensamento e políticas culturais em tempos de autoritarismo

A investigação nesta publicação presente tem a ambição de fornecer algumas pistas sobre a configuração, transformação e dinâmica do sistema político cultural venezuelano, a partir de uma perspectiva sócio-histórica e processual, atendendo às demandas de expor uma abordagem descritiva alguns fatos que possam delinear as particularidades das instituições culturais da Venezuela. O estudo abrange o período de 1991-2016. Dada a novidade desta área de análise de práticas de negócios do setor cultural em nosso país e pouca produção teórica diretamente ligado a ele, as informações contidas neste estudo, em vez de exaustiva, foi organizado em algumas seções que se encaixam consideram mais importante neste campo para o caso venezuelano. Por fim, apresentamos dois desafios para os próximos anos, em conclusão, a ascensão da cultura privada e as liberdades culturais. A pesquisa é parte de um projeto científico intitulado: "A Governação de vezes cultura autoritária. Economia, Política e Gestão Cultural na Venezuela" da pesquisa da Sociedade da Informação, Política e Economia de Comunicação e Cultura (SIPECC-0001/2017) ININCO-UCV, a coordenação de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas.

Palavras chaves: Políticas culturais / Gestão Cultural / Debates / Cultural pensamento / Venezuela



INTRODUCCIÓN

En Venezuela, en los últimos 25 años (1991-2016), las orientaciones y las características de la institucionalidad² cultural indican acciones dispersas del sistema político-administrativo a cargo de la implementación del marco normativo³ para la cultura, la formulación, aplicación y gestión de las políticas culturales (tipo de organismos y rango jerárquico, principales competencias, etc) desde una lógica de **gobernanza cultural**⁴ para la protección y promoción de la cultura, los derechos culturales y la diversidad cultural. La gobernanza cultural abarca los marcos normativos, las políticas públicas, las infraestructuras, la capacidad institucional y los procesos destinados a fomentar el desarrollo cultural inclusivo, la estructuración de sectores culturales dinámicos y la promoción de la diversidad.

Si evaluamos los compromisos, esfuerzos y resultados en materia de gobernanza e institucionalidad cultural y, analizamos los procesos mediante los cuales se formulan e implementan las políticas culturales, encontraremos que en los últimos 17 años el sistema y aparataje político-administrativo

² Contempla el aparataje institucional nacional que contribuye a formular las políticas públicas en materia de cultura y sobre todo a asegurar su operacionalización y gestión en la práctica (UNESCO 2014:70)

³ Se entiende como el conjunto de las normas constitucionales, legales y reglamentarias relativas a cultura vigentes en un Estado así como de los tratados e instrumentos internacionales, regionales o bilaterales, ratificados por el mismo (UNESCO 2014:65)

⁴ La gobernanza cultural abarca por un lado los marcos normativos y las políticas públicas y, por otro lado, las capacidades institucionales y las infraestructuras culturales. Estos cuatro aspectos se reconocen como indispensables a la hora de crear entornos favorables que permitan que la cultura contribuya plenamente al desarrollo humano (UNESCO 2014:64)

nacional, refiere a un **modelo⁵ cultural autoritario, de corte populista**, imposibilitando que la sociedad venezolana pueda llevar una vida plena y creativa de acuerdo con lo que los individuos valoran. Por otra parte, con una débil política cultural federalizante⁶ a partir de 1999; entendida la descentralización cultural, “como una combinación de funciones y relaciones administrativas, fiscales y políticas, (...) para garantizar que la adopción de decisiones refleje, en la medida de lo posible, las necesidades y la voluntad de los ciudadanos (propiciando así el potencial creativo en todo el país), y favorecer la igualdad de acceso a los bienes y servicios culturales” (UNESCO 2014:69).

Además, la dimensión cultural del desarrollo ha resultado mal interpretada e impulsada –cultura como ornamento, cultura como aditivo, cultura como correctivo de disfuncionalidades éticas y valorativas del proceso de acumulación y distribución– en términos de campos políticos antagónicos y excluyentes, de consentimiento u oposición; anarquía, dispersión y autoritarismo en un contexto de crisis institucional de la democracia y supremacía de una **visión populista-demagógica** del desarrollo cultural como política de producción ideológica cultural (Brunner 1981:81). Ha operado, igualmente, una devaluación sociopolítica del desarrollo cultural fundamentado en la idea de la democratización como sinónimo de masificación; se han excluido de los centros estratégicos de intervención social importantes y novísimos procesos culturales democratizadores, y todavía subsisten en materia de gestión cultural las reiteradas insuficiencias de índole organizativa, metodológica, financiera y de recursos humanos. También la acción pública en el terreno de lo cultural, aparte de no responder a marcos definidos de políticas públicas, pluralistas y participativas, desde 1999 hasta nuestros días pareciera estar atrapado en contradictorias posiciones ideológicas sobre el sentido y las significaciones sociales de la cultura; prueba de ello es la actual Ley Orgánica de Cultura del 2014.

⁵ Cuando hablamos de modelo cultural, nos apropiamos de la definición de José Joaquín Brunner (1981:81), “... de la orientación impuesta al espacio creativo de la sociedad y de los esfuerzos encaminados a dotarlo de una específica estructuración”.

⁶ A partir de 1988 se pretendió dar respuesta a la diversidad cultural subyacente del país, caracterizado por su gran heterogeneidad interna con el proceso de descentralización cultural.

De hecho, en el texto titulado, *La nueva gestión cultural pública. Rediseño institucional. Programas Prioritarios. Proyectos Especiales 2000-2007*, señala que (2002:3)

La institucionalidad cultural pública que recibimos en el año 2000, se caracterizaba por una visión reduccionista y fragmentada de la cultura, divorciada de las circunstancias sociales, políticas y económicas del país. Puntualizando, el débil cuadro institucional tenía las siguientes expresiones:

- Ausencia de un cuerpo de políticas culturales explícitas
- Falta de valoración del concepto y del factor cultura
- Carencia de una política comunicacional que articulara la institución con la realidad nacional, las comunidades y los creadores
- Falta de mecanismos de control, seguimiento y evaluación de la gestión.
- Carencia de sistemas y procedimientos actualizados.
- Ausencia y desinterés por los procesos descentralizadores
- Inexistencia de una política de financiamiento e inversión cultural
- Falta de políticas en el manejo de los recursos humanos
- Una actitud anclada en los viejos esquemas presupuestarios, que no tomaba en consideración las asignaciones culturales al sector como inversión social de interés público, justas, equilibradas y suficientes, proporcionales al PIB.

En síntesis, se encontró un desgaste acelerado de la institucionalidad que impedía una relación activa, sistemática, democrática y permanente con los creadores, las comunidades e instituciones culturales, a las cuales ésta presta sus servicios. En consecuencia, experimentaban una disminución y pérdida de identidad frente al colectivo nacional así como un daño acelerado de su capacidad de gestión expresada en una débil estructura orgánica que se traducía en resultados insuficientes. Quizás, esto se deba –como hipótesis de estudio– entre otros aspectos, a la propia disfuncionalidad del sistema político iniciada en 1988 –que afectó el modelo de

democratización ensayado a través del Pacto de Punto Fijo⁷ de octubre de 1958– y a la inelasticidad de los problemas económicos, pero sobre todo a la posibilidad de satisfacer las demandas y expectativas culturales de la población en términos del mejoramiento de sus condiciones de vida.

En un período de tiempo relativamente corto se despliega en el país de forma precipitada e intensa un cuadro de profundos desequilibrios, con impactos de variadas dimensiones -entre ellas la dimensión cultural- en los que se superponen un conjunto de factores causales de índole interna y externa, especialmente en lo que se refiere al modelo de desarrollo cultural entre el Estado, el mercado (sector empresarial), la comunidad cultural en su sentido más amplio, el sistema de organismos de acción institucional, las restricciones y libertades⁸ socioculturales y, a las consecuencias que implica dicha redefinición. Ciertamente, gran parte de las transformaciones registradas en la cultura política de Venezuela se desarrollaron en la década final del siglo XX (1990-2000), acompañadas a partir de 1993 del ocaso de lo que fue un bipartidismo consensual –no polarizado e institucional- pero con particular acento en las elecciones de 1998, cuando entramos en una fase sustentada en la figura de un liderazgo personal, aparejado de la reestructuración del sistema político, el triunfo de nuevas organizaciones e

⁷ Acuerdo firmado entre los representantes de los partidos Acción Democrática (AD), Comité Político Electoral Independiente (COPEI) y Unión republicana democrática (URD) a través de sus líderes Rómulo Betancourt, Rafael Caldera y Jóvito Villalba respectivamente, en 1958 y que estableció las bases de la gobernabilidad y la estabilidad de la democracia venezolana. Vale la pena precisar algunas características adicionales de este pacto social: los actores priorizaron la preservación del orden democrático y organizaron un Estado republicano. Promovieron, a la par, la búsqueda del consenso entre élites como mecanismo de decisión política. En lo económico el pacto dio origen al Estado interventor y empresario. A partir de ahí, y sin duda facilitado por el ingreso petrolero, la acción económica del gobierno fue activa e intervencionista tanto en el plano distributivo y como en el de la promoción del desarrollo. Por puntofijismo, entendemos (ROMERO JIMENÉZ, Juan Eduardo: 2001) “las prácticas de desarrollo del juego político entre los actores del sistema venezolano a partir de la firma de un acuerdo inter partista (AD, COPEI y URD) que aseguró la Gobernabilidad en el período comprendido entre 1958 -momento de la firma del Pacto- y el año 1989 cuando se produce el reajuste del sistema nacional y la pérdida del consenso”

⁸ La libertad, que ha sido un valor muy enraizado en la población, emblemático de los beneficios de la democracia, reconocida por los estudiosos de la temática como un valor que respalda la adhesión a la democracia frente a otros sistemas políticos.

incluso la convocatoria y aprobación de una nueva constitución en 1999, las cuales entre otras cosas alterarían lo concerniente a los procesos políticos culturales y sus modelos de gestión.

En tal sentido, la investigación de la que en esta publicación presentamos tiene la ambición de proporcionar algunas claves sobre la configuración, transformación y dinámica del sistema de gobernanza cultural e institucionalidad venezolana, desde una perspectiva sociohistórica y procesual, atendiendo a las exigencias de exponer con un enfoque descriptivo algunos hechos que pudieran delinear las particularidades de los marcos político, institucional y normativo para el ejercicio de los derechos culturales. El estudio abarca el lapso comprendido entre 1991-2016; período que alcanza los sucesivos gobiernos de Carlos Andrés Pérez (1989-93), la transición de Ramón J. Velásquez (1993-94), Rafael Caldera (1994-99), los 14 años (1999-2013) de Hugo Chávez Frías y los tres años (2013-2016) del actual presidente Nicolás Maduro. Dado lo novedoso de esta área de análisis de las prácticas institucionales del sector cultural en nuestro país, así como la poca producción teórica directamente vinculada a la misma, la información contenida en este estudio, antes que exhaustiva, se ha organizado en algunos apartados que cabe considerar más importantes en este terreno al caso venezolano, con particular atención a la configuración del modelo de institucionalidad cultural, el grado de descentralización de la gobernanza cultural, el desarrollo del marco normativo y las orientaciones fundamentales, como grandes debates de pensamiento, en materia de política y acción pública cultural. Por último, a manera de conclusión, presentamos dos desafíos para los próximos años, el auge la cultura privada y la promoción de las libertades culturales (libertad de pensamiento, expresión e información), como pilar del desarrollo de sociedades participativas y abiertas, y condición de un entorno favorable a la creatividad y la diversidad cultural.

I. MARCO POLÍTICO: AVANCES Y RETROCESOS DE LA DESCENTRALIZACIÓN CULTURAL

El inicio del fin del milenio demostró para Venezuela la impostergable necesidad de profundizar en la reorganización de los circuitos –agentes e

instituciones culturales⁹– y campos culturales, asumiéndolos desde una perspectiva política del desarrollo nacional, a partir de nuevas teorizaciones y enfoques, cuya gestión pública planteaba requerimientos, oposiciones, desafíos y encuentros de diversas índoles. Durante mediados de la década de los ochenta la realidad institucional del sector cultural no sólo da la impresión de un “encerramiento hacia adentro sin madurez organizacional”, sino que además los procesos políticos, ideológicos, comunicacionales y sociales operan como presiones hacia un sistema de organismos públicos, incapacitado para integrarse funcionalmente, coordinar esfuerzos para el logro de objetivos nacionales, avanzar en proposiciones audaces, participar en la superación de la crisis, redefinir las relaciones de las comunidades socio-culturales con el Estado. Asimismo, tampoco logra crear espacios verdaderos para instrumentar la dimensión cultural del desarrollo, ampliar las bases sociales del poder cultural y, especialmente, abrir cauces pluralistas para la democracia cultural.

Las restricciones antes indicadas en el desarrollo de la institucionalidad cultural venezolana se pondrán en evidencia a partir de 1992 y se intentaran de resolver en el VIII Plan de la Nación “El Gran Viraje” del período presidencial de Carlos Andrés Pérez (1989-1993), estando como Presidente del CONAC José Antonio Abreu, y en el IX Plan de la Nación “Un proyecto de país: Venezuela en consenso” del período presidencial de Rafael Caldera (1994-1999), siendo Presidente del CONAC Oscar Sambrano Urdaneta. De una manera resumida, tres grandes tendencias valorativas y de actuación práctica institucional caracterizaran el sector público cultural venezolano en los ochenta: a) la ausencia de verdaderas políticas culturales integradoras, b) la existencia de fuertes restricciones en los mecanismos y procedimientos de planificación y gestión de las acciones culturales y, c) un carácter reproductor del campo cultural dominante –la industria cultural y sus productos– en la sociedad venezolana, estandarizando la denominada “oferta

⁹ En Venezuela, según el 1er Censo Nacional para el Sector Cultura (1981), excluyendo el área metropolitana de Caracas, proyectó la cifra de 10.000 grupos culturales en todo el país. Para el año 2000, según los estudios realizados por la línea de Investigación «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura», (SIPECC), que se desarrolla en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) de la UCV contábamos con 5.593 agentes del Complejo Cultural y Comunicacional en Venezuela.

cultural institucional” a partir de una exagerada valoración de las bellas artes y de ciertas incursiones débiles y asistemáticas en los campos de las culturas populares y tradicionales, atrapado en visiones contradictorias, de naturaleza política e ideológica, respecto a la cultura, sus procesos, dinámicas y espacios de realización. En ese mismo orden de ideas, cabe destacar la inexistencia de un sistema cultural público nacional; la disminución de ciertas cuotas de poder de las autoridades del sector al interior de los aparatos administrativos públicos; la excesiva sectorialización de lo cultural en los planes nacionales de desarrollo; el crecimiento no ordenado de las administraciones regionales de cultura y un imperceptible esfuerzo por efectuar acciones vinculadas con la gestión cultural municipal y local. A manera de ejemplo, durante los ochenta se crearon los Consejos Regionales de Cultura, pero cuyos miembros eran nombrados directamente por la administración central del CONAC.

La conformación y la dinamización de dicho sistema cultural institucional, complejo y contradictorio, trascendió a los ámbitos políticos, económicos, sociales y la comunidad cultural en su sentido más amplio, generándose uno de los primeros grandes debates que marcará el pensamiento político cultural del país a finales del siglo XX; nos estamos refiriendo a la reformulación del papel del Estado venezolano y los mecanismos más eficientes de (de)concentración y (des)centralización política administrativa. En concreto, a la descentralización institucional y municipalización de las actividades culturales tendientes a fortalecer los gobiernos sub-nacionales –gubernaciones y alcaldías– en la planificación y gestión cultural regional-local. Se creará la Comisión Presidencial para la Reforma del Estado (COPRE) por decreto del 17 de diciembre de 1984 en el periodo presidencial de Jaime Lusinchi (1984-1989) –siendo Presidente del CONAC, Francisco Sucre Figarella– “bajo la consideración de que la sociedad venezolana estaba exigiendo la adopción de medidas que aseguraran el establecimiento de un Estado moderno, esencialmente democrático y eficiente, en el cual la participación ciudadana se pudiera constituir en un elemento efectivo en la toma de decisiones de los poderes públicos” (BANKO, Catalina:2008). El 3 de diciembre de 1989 se celebraron las primeras elecciones directas de gobernadores y alcaldes y, el 20 de ese mismo mes será promulgado la Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia

de Competencias del Poder Público¹⁰ (Gaceta Oficial N° 4.153 de fecha 28 de diciembre de 1989).

Y esta visión crítica, al paradigma político dominante de masificación expansiva-difusionista de la acción cultural pública venezolana a través del criterio del espectáculo, se hace presente en el equipo de coordinadores y asesores de la COPRE que redactaron el documento, en 1987, intitulado *“La Cultura en un Proyecto de Reforma del Estado”* (Vol. 10. Tomo I) en donde se precisa asignarle la jerarquía debida al sector cultural dentro de la organización y dinámica de la estructura de la Administración Pública Nacional, apoyar los desarrollos culturales locales y avanzar hacia el ordenamiento cultural del territorio nacional. Ese mismo año, se realiza la *“Encuesta Nacional Estado y Cultura/ Encuesta Nacional para un Diagnóstico Prospectivo y la Formulación de una adecuada Política Cultural”* por encargo de la COPRE y, bajo la coordinación del Grupo Cultura y Reforma del Estado constituido por Alfredo Coronil Hartmann, María E. Jiménez Fernández, Josefina Capdevielle de Mora, Myriam Molinos Abreu y Enrique Ali González Ordosgoitti.

Por otra parte, la experiencia del proceso de descentralización en Venezuela planteara la búsqueda de nuevos significados sociales en atención a la organización administrativa local. La gestión, planificación y administración de la acción cultural en unidades de servicios municipales, tomando en consideración un conjunto de funciones culturales, serán centros de intervención en los que se ensayarán los beneficios del proceso de descentralización, su territorialidad histórica-cultural y el grado de participación

¹⁰ La Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público (la LOD), fue publicada originalmente en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 34.208 de fecha 28 de abril de 1989. Posteriormente fue reformada mediante la Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 37.753 de fecha 14 de agosto de 2003. Esta misma Ley sufrió una nueva reforma, mediante la Ley de Reforma Parcial de la Ley Orgánica de Descentralización, Delimitación y Transferencia de Competencias del Poder Público publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.140 de fecha 17 de marzo de 2009. Para expertos constitucionalistas, al omitir la Asamblea Nacional el trámite relativo a la consulta a los Estados a través de sus Consejos Legislativos, previo a la sanción y promulgación de la Ley de Reforma de la LOD de 2009, incurrió en un vicio en el procedimiento de formación de este acto legislativo, que debe ser considerado, en todo caso, como un *vicio invalidante*.

ciudadana. En el marco del VII Plan de la Nación -no ejecutado-, en 1991 se realiza la “*Encuesta Cultura y Municipio. Encuesta Nacional para un Diagnóstico Prospectivo y la Formulación de una Política Cultural Municipal*” por la COPRE, coordinada por Clara Serfaty. Se acentúan los aspectos de organización cultural en los Concejos Municipales, programación cultural y financiamiento de la gestión cultural. Además, para evaluar la experiencia en materia de descentralización y reflexionar sobre sus alcances y limitaciones en el campo de la gestión cultural, se organizaron foros y seminarios entre los que subrayamos:

- 1989. “*Foro por la Reforma del Estado. Descentralización Educativa y Cultural*” por la COPRE.
- 1991. “*Seminario sobre la Descentralización y Transferencia de Competencias en la Gestión Cultural*” por iniciativa de la Gobernación del Estado Bolívar y la Comisión Permanente de Cultura de la Cámara de Diputados del entonces Congreso Nacional, del 12 al 14 de septiembre, en Ciudad Bolívar.

Ya en los noventa, debemos mencionar los diagnósticos elaborados por el sociólogo Fausto Fernández, “*Consideraciones sobre la descentralización del sector cultural*” (1991) y “*Sector Cultura: Estudio de transferencia de competencias*” (1992) emprendidos para CORDIPLAN, la COPRE y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) enmarcados en el Proyecto VEN/89/501, Desarrollo de las Capacidades Gerenciales del Estado. El CONAC, para el año 1992, durante el período de gestión de José Antonio Abreu como Presidente del CONAC, instaurara la Comisión de Descentralización integrada por Carmelo Lauria, Guillermo Yépez Boscan, María Teresa Castillo, Pompeyo Márquez y Reinaldo Cervini. Entre sus primeras acciones, fue la puesta en funcionamiento de la *Unidad de seguimiento y apoyo al proceso de Descentralización Cultural* adscrita a la Dirección General del CONAC y bajo la coordinación de la socióloga María E. Jiménez Fernández. Esta Unidad producirá los estudios titulados, “*1er. Informe de seguimiento al proceso de Descentralización Cultural*” y el “*1er. Informe de la Gestión Cultural Pública Estatal*”. Dichos estudios expondrán la política de descentralización cultural por parte del CONAC, las condiciones y limitaciones del proceso descentralizador y, las características de la gestión cultural municipal.

Despuntará en este informe las experiencias de descentralización cultural y transferencia de competencias en algunas entidades federales, como lo fueron a) el convenio de cogestión cultural entre la Gobernación del Estado Bolívar, las Alcaldías y Asociaciones Civiles; b) La reorientación de la gestión administrativa cultural que llevará la Fundación Larense para la Cultura (FUNDACULTURA) y c) la reestructuración de la dirección de cultura del estado Sucre; los cuales habían logrado transferir a la sociedad civil e instituciones locales, competencias que eran asumidas en su totalidad por el ente nacional de cultura.

Sobre la base de estos antecedentes, en el periodo de gestión de Oscar Sambrano Urdaneta, como Presidente del CONAC (1994-1999), se crearán las *Comisiones Estadales de Enlace, Apoyo e Integración Cultural*, las cuales serían las encargadas de establecer las relaciones directas con el CONAC y de elaborar los planes culturales de cada entidad. El diagnóstico de la acción cultural pública seguía evidenciando que no existía una articulación estatal-nacional precisa que combinase las propuestas de desarrollo cultural del Estado con las contempladas por las gobernaciones (EL DESAFÍO DE LA CULTURA 1994-1999. 1998:7). Dos programas fueron diseñados para poner en práctica la descentralización cultural: a) el Programa Nacional de Subsidios y b) el Fondo de Estímulo a la creatividad (FONDEC). Asimismo, se realizará en 1996, el "*Primer Congreso Nacional de Cultura*"¹¹ en Puerto La Cruz para cometer una revisión de los primeros 20 años del CONAC en el marco de la descentralización, democratización e integración de la administración cultural del Estado.

Así tenemos, que la década 1989-1999, se caracterizara por el paso de un *centralismo puro* (1990-1993) a un *centralismo atenuado* (1994-1996) y de este último a un proceso de *definición institucional* (1997-1999) que renovara el debate nacional acerca de las relaciones entre el Estado y la cultura, acentuando algunos temas centrales como:

- El grado y las modalidades de Descentralización en función de las capacidades de Gestión e Innovación Cultural de cada uno de las Entidades Federales.

¹¹ Consultar, CONAC (1997) *Primer Congreso Nacional de la Cultura. Memoria*. Caracas, Venezuela. CONAC.

- La concertación a nivel de Planificación-Gestión entre el Organismo Rector de la Política Cultural y las Direcciones Estadales de Cultura.
- El rescate de la autonomía de la acción cultural a nivel Estatal y Municipal.
- La Transferencias de funciones culturales a los Estados y Municipios.

No obstante, frente a un cuadro político de volubilidad que reclamaba cambios radicales inmediatos en la conducción social y económica del país, los intentos por reformar la Constitución de 1961 que suponía una modificación de aspectos fundamentales o vertebrales e implicaba un cambio del contenido original –según los trabajos emprendidos por la COPRE– no lograron resonancia mayoritaria en el antiguo Congreso Nacional.

NUEVA GEOMETRÍA DEL PODER. LA GESTIÓN CULTURAL REVOLUCIONARIA (1999-2016)

Asumirá la presidencia Hugo Rafael Chávez Frías (1999-2013), iniciándose con la realización de una Asamblea Constituyente aprobada por un referéndum en abril de 1999 y la redacción de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (en adelante, CRBV), adoptada el 15 de diciembre de 1999. El 15 de febrero de 2009, le fue introducida la Enmienda N° 1. La CRBV de 1999, en su capítulo VI, desde el artículo 98 hasta el 101, establecerá diversos derechos culturales, en base a los que el Estado formularía políticas y programas que serían trazados en el X Plan de la Nación “Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación, 2001-2007” a través de los denominados equilibrios político, económico, social, territorial e internacional. Pero también, la evaluación del proceso de descentralización político-administrativo del sector cultura será estratégico en la CRBV de 1999, porque quedó consagrada en el artículo 158 la autonomía de los estados y la elección universal, secreta y directa de los gobernadores y de los integrantes de los consejos legislativos, así como también de alcaldes y miembros de los concejos municipales y se crea expectativa



hacia el funcionamiento del Estado Federal Descentralizado en el artículo 4. En el marco de estos procesos políticos, durante el año 1999 se realizarán dos encuentros organizados por la Comisión Permanente de Cultura de la Cámara de Diputados del entonces Congreso Nacional, el *Ier. Foro-Encuentro "Cultura y Proceso Constituyente, hacia el gran Encuentro Nacional"* y el Simposio "*Derechos Culturales y Constituyente*".

Durante el período de gestión del artista plástico Manuel Espinoza como Viceministro de Cultura, la *nueva gestión cultural pública* como se denominó al Plan 2000-2007 de rediseño de la institucionalidad cultural del país, contemplara como política cultural fortalecer los procesos de descentralización y desconcentración de la acción cultural, en base al equilibrio estratégico territorial que formaba parte de los lineamientos de políticas contenidos en el X Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2002-2007. Dicha política consistiría en varias líneas estratégicas fundamentalmente en (LA NUEVA GESTIÓN CULTURAL PÚBLICA 2002:4):

- Articulación Estado-sociedad en todos sus componentes comunitarios
- Presencia institucional programática en todo el territorio nacional
- Estímulo a la creatividad productiva y la organización sociocultural, mediante la participación y el establecimiento de las condiciones de acceso a los bienes y servicios culturales, a la información, la comunicación y la expresión sin exclusiones
- Fortalecimiento y modernización de la gestión cultural pública
- Creación de espacios culturales comunitarios e infraestructura cultural especializada
- Fomento y atención integral a la producción artesanal y al artesano
- Protección del Patrimonio Cultural e identidades culturales regionales y étnicas.
- La cultura y las prácticas artísticas en el sistema educativo
- Protección social al artista y al trabajador cultural.

Igualmente, que en 1996, se realizará otro designado "*Ier. Congreso Nacional de la Cultura*" entre el 8 de septiembre y el 25 de octubre de 2006, bajo el

lema “*más cultura, mejor cultura y cultura del Pueblo*” que tuvo como norte discutir y proponer directrices en materia cultural para ser incorporadas en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2008-2013. El “*orgullo de ser venezolanos*” resume los logros alcanzados por la gestión cultural del ente ministerial en el año 2011, los cuales se sistematizaron en 8 metas obtenidas:

- 1ra. La recuperación y conocimiento de nuestra historia y memoria
- 2da. Reconocimiento y vivencia de nuestra diversidad cultural
- 3ra. Inclusión, reconocimiento y dignificación de nuestros cultoras y cultores
- 4ta. Fortalecimiento, desconcentración y democratización de la acción cultural del Estado
- 5ta. Un pueblo que toma la palabra, estudia y debate
- 6ta. Venezuela, pueblo lector
- 7ma. Desarrollo y consolidación de la industria del cine nacional
- 8va. Insurgencia de nuevas generaciones de creadores

Como resultados de la denominada *Gestión Cultural Revolucionaria* por una nueva institucionalidad cultural para el fortalecimiento, la desconcentración y democratización de la acción cultural del Estado, presentarán como productos (LOGROS Y RETOS CULTURALES DE LA REVOLUCIÓN BOLIVARIANA Encuentros Regionales Cultura y Socialismo 2012:25-26)

- Los Gabinetes Regionales, iniciados como Coordinaciones estatales en el año 2004, que permiten la presencia continua del MPP Cultura en cada uno de los Estados.
- La Misión Cultura (2004), que ha permitido la graduación de 12.465 licenciados y licenciadas en Educación mención Desarrollo Cultural.
- La Misión Cultura Corazón Adentro, creada en el marco del Convenio Cuba-Venezuela, la cual está presente en siete entidades federales.
- El Centro de la Diversidad Cultural, creado en 2006, con el objeto de propiciar espacios de intercambio en el ámbito nacional e internacional para favorecer la interculturalidad, la valoración de nuestra diversidad cultural y promover nuestras manifestaciones culturales tradicionales.

- La Fundación Librerías del Sur, creada en el año 2006 y que actualmente cuenta con 61 librerías distribuidas en todo el territorio nacional.
- La Editorial El Perro y la Rana creada en 2006
- La Imprenta de la Cultura (2007) y 24 Imprentas Regionales
- La Distribuidora Venezolana de la Cultura (2006) que ha desplegado un sistema propio de distribución permitiendo mantener abastecidas a 62 Librerías del Sur y 100 Bodegas Culturales en distintos puntos del territorio nacional.
- La Red de Arte, creada en el año 2005 y actualmente en proceso de convertirse en el Centro Nacional de Artesanía, que ha creado una red de tiendas y galerías en todo el país.
- La Red de Patrimonios Intangibles, con capítulos en todos los Estados
- El Instituto de las Artes Escénicas y Musicales, (IAEM) (2006)
- La Distribuidora Amazonia Films (2005)
- La Villa del Cine (2006)
- El Centro Nacional de Historia (2007), la Revista Memorias de Venezuela, la Red de Historia, Memoria y Patrimonio.
- Las Fundaciones Compañías Nacionales de Danza, Música y Teatro
- El Centro Nacional del Disco (CENDIS)
- La Fundación de Museos Nacionales.
- La Creación del Instituto de las Artes de la Imagen y el Espacio (IARTES)
- El Sistema Nacional de las Culturas Populares (2011)
- La Cinemateca Nacional, con 16 Salas Regionales y cerca de 100 Cinematecas Comunes.

El *"IIdo. Congreso Nacional de la Cultura"* se realizó entre el 22 y el 28 de octubre de 2007. Y el *"IIIer Congreso Nacional de Cultura"*, se llevó a cabo del 1 al 5 de octubre 2014 bajo la gestión del sociólogo de Reinaldo Iturriza como Ministro del Poder Popular para la Cultura. Las mesas tratadas en este último congreso abordaron los temas:

- Logros y desafíos de la Gestión Cultural Revolucionaria
- Cultura Comunal
- Soberanía Cultural y antiimperialismo
- Economía Cultural y Cultura Productiva
- Cultura y Ecosocialismo
- Cultura, Formación e Investigación

Posteriormente el 13 y 14 de abril de 2016, se instalará *El Congreso de la Patria*¹², *Capítulo Cultura e Intelectualidad* en la Sala José Félix Ribas del Teatro Teresa Carreño, en Caracas, en el periodo de gestión del Ministro del Poder Popular para la Cultura, Freddy Nãñez. Sin embargo, desde mediados de 2007, uno de los temas permanentes del debate cultural nacional será la evolución de la política cultural y el impacto que ha producido el proceso de descentralización en su desenvolvimiento tomando en consideración que la estrategia gubernamental de una “*nueva geometría del poder*” se identificará por un marcado debilitamiento del proceso de descentralización político-administrativa cultural consagrados en la Constitución de 1999, bajo la óptica central de un autoritarismo cultural, prevaleciendo a nivel de los discursos cierta tendencia populista en correspondencia con el Primer Plan Socialista (PPS) del Desarrollo Económico y Social de la Nación para el periodo 2007–2013. Entre las características que fundamentan esta referencia, encontraremos (ver tabla N° 1).

Si bien, el proceso de descentralización abordado por el gobierno nacional, en lo discursivo, concibe la cultura como materia de competencia concurrente entre los niveles del poder público, orientado por los principios de interdependencia, cooperación, subsidiaridad, coordinación y corresponsabilidad, es evidente, que el proceso de descentralización del sector cultural a partir del 2007 entra en un proceso de retroceso hacia una

¹² El presidente Maduro, el 23 de enero de 2016, explicó que el Congreso Patria es un método para activar las asambleas patrióticas constituyentes de la base en cada espacio. El Congreso de la Patria capítulo Cultura tuvo como tarea principal consolidar el llamado *nuevo Poder Popular* y planificar una serie de acciones en pro del sector cultural.

Tabla N° 1

Características de la Política Cultural / Autoritarismo Cultural Venezolano

- Redefinición de los criterios utilizados por la cúpula política-administrativa del sector para agrupar y cohesionar a los grupos culturales, artistas, creadores e intérpretes a una “ideología oficialista del hecho cultural” y una supuesta “autonomía creadora” de ciertos grupos de la comunidad cultural.
- Marcada debilidad de la acción del sector cultural dentro de la dinámica global de la actuación de los aparatos administrativos del Estado.
- Aparente redistribución de los recursos y del apoyo a los procesos culturales.
- Sujeción de la comunidad cultural a las normas burocráticas del Ministerio de la Cultura.
- Avances parciales y retrocesos en el uso de mecanismos y procedimientos para la participación de la comunidad cultural en las tomas de decisiones del poder. La invitación es reducida a ciertos, determinados y casi permanentes artistas y grupos.
- Consultas fuertemente condicionadas en lo ideológico. Favoritismos políticos.
- Restricción solapada a las libertades ideológicas y culturales. Obstáculos para la libre circulación de las ideas y del pensamiento y la opinión.
- La acción cultural es subordinada y subsidiaria del Ministerio de la Cultura en el ámbito regional y municipal.
- Referencias a la historia concebida tradicionalmente y al pasado glorioso como resorte subjetivo para legitimar una visión populista del desarrollo cultural.
- Reacomodo del interés hegemónico cultural de una “nueva geometría del poder”.
- Autoritarismo en los estilos de gestión de importantes instituciones culturales pertenecientes al sector público, consolidándose el binomio poder político partidista-decisiones culturales.
- Pérdida de influencia del campo cultural crítico, de vanguardia o alternativo.

Elaboración propia. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. 2016.

centralización pura de los alcances y limitaciones institucionales de tal transformación iniciada en 1991 en donde las Gobernaciones y Alcaldías –oficialistas– del país formularan sus demandas culturales en otros términos de relación y en otros espacios culturales asociados a una visión particular del desarrollo cultural planteados en el Primer Plan Socialista (PPS) del Desarrollo Económico y Social de la Nación para el periodo 2007–2013, el Plan de Desarrollo Económico Social de la Nación 2008-2013 y el Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019 (Plan de la Patria), publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No 6.118 Extraordinario, 4 de diciembre de 2013. En ese sentido, la Maestría en Gestión y Políticas Culturales del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela (UCV), para el año 2012 ejecutará el *Ier. Seminario Nacional de Gestión y Políticas Culturales “Retos y Desafíos de las Políticas y de la Institucionalidad Cultural en Venezuela”* para avanzar en la discusión y reflexión sobre la institucionalidad cultural venezolana en los próximos años. El Seminario estuvo dedicado a desarrollar temas centrales de la agenda pública cultural como Democracia y Política Cultural, Culturas Populares, Gestión Cultural Municipal, Inclusión Digital, Industrias Creativas y Culturales, Fomento y apoyo a la creación, entre otros. Se planteaba algunas apreciaciones sobre la evolución de las políticas culturales en el desarrollo histórico del contexto venezolano y las consecuencias que esto ha tenido para su gestión en el terreno de lo público. Con la realización de este seminario, de carácter nacional, se pretendía proporcionar una perspectiva histórica y plantear algunas hipótesis, en términos prospectivo, sobre el rumbo que el sector cultural venezolano debería tomar a largo plazo sin descuidar las acciones de corto plazo.

II. LA INSTITUCIONALIDAD: DEL CONAC AL MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA CULTURA

Presidente del CONAC y Ministro de Estado para la Cultura

Desde la creación del Instituto Nacional de la Cultura y Bellas Artes (INCIBA), concebido el 12 de Abril de 1960 Gaceta Oficial N° 2.6231 y modificado el 28-12-66 según Gaceta Oficial N° 29221, adscrito al Ministerio

de Educación, hasta el actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura, instaurado mediante el Decreto N° 5.103 publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.836 extraordinario del 08 de enero de 2007, han transcurrido 56 años de construcción de la institucionalidad cultural del país. Durante muchos años existieron la Dirección de Cultura y Bellas Artes del Ministerio de Educación y la Dirección de Cultura Obrera del Ministerio del Trabajo. Cada uno funcionó por separado hasta que en el Gobierno del Presidente Raúl Leoni se fusionaron para dar origen, en 1965, a un nuevo organismo que se denominó Instituto Nacional de la Cultura y Bellas Artes (INCIBA), adscrito a la Presidencia de la República. Estuvo dirigido por un presidente y dos vicepresidentes. Duró diez años. Durante el primer mandato de Carlos Andrés Pérez fue sustituido, en 1975, por el Consejo Nacional de la Cultura (en adelante, CONAC), conservando el rango de instituto autónomo adscrito a la Presidencia. La modificación más sustancial –nos dirá Oscar Sambrano Urdaneta– “consistió en sustituir el triunvirato que integraba la Junta Superior del Instituto Nacional de Cultura y Bellas Artes por los once miembros principales y los siete suplentes que componen el Consejo Nacional de la Cultura” (EL DESAFÍO DE LA CULTURA 1994-1999. 1998:144). El presidente Luis Herrera Campíns decretó en 1979 un Ministro de Estado para la Cultura y conservó al presidente del CONAC. Esta misma duplicidad de cargos se mantendrá en el período presidencial siguiente, encabezado por Jaime Lusinchi, cuyo gobierno reunió en un solo funcionario al Ministro de Estado para la Cultura y al Presidente del CONAC. La figura administrativa de ministro se mantendrá durante ocho años hasta que, a mediados de 1992, durante el segundo mandato de Carlos Andrés Pérez, será eliminado. El Presidente Rafael Caldera, en su segundo período de gobierno, resolvió mantener la Presidencia del CONAC sin el rango de Ministro de Estado que mantuvo durante ocho años.

Del CONAC (1975-1999) y su adscripción al Ministerio de Educación Cultura y Deportes

De acuerdo al período 1991-2016 que trabajamos en esta investigación, nos corresponden que el 29 de Agosto de 1975, en la edición extraordinaria N° 1768 de la Gaceta Oficial de la República de Venezuela, el Congreso

Nacional decreta la Ley del Consejo Nacional de la Cultura, con rango de Instituto Autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, quien gozaría de los privilegios y prerrogativas que la Ley Orgánica de Hacienda Pública Nacional, confiere al Fisco, designando al escritor Luis García Morales (1929-2015) como primer Presidente de la institución.

Desde 1975, asumiendo y reorientando las funciones del INCIBA, hasta el año 1999, el CONAC, será el organismo encargado de establecer los principios rectores de la política cultural del Estado venezolano, dependiendo durante 24 años del Ministerio de la Secretaría. Presidentes de esta etapa pertenecerán el economista y poeta Luis Pastori (1921-2013), el maestro compositor y director orquestal José Antonio Abreu Anselmi (1939) y el escritor crítico literario Oscar Zambrano Urdaneta (1929-2011). En 1999 el CONAC inició una nueva etapa administrativa y se adscribió a un ministerio que a la vez absorbía dos disciplinas con sus respectivos viceministerios: Deportes y Cultura, nos referimos al Ministerio de Educación Cultura y Deportes. Posteriormente se vinculará al Ministerio del Poder Popular para la Cultura, según Decreto N° 5.264, publicado en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 38.648, del 20 de marzo de 2007. Y, en abril del 2008, dejara de funcionar según el Decreto N° 6.042, con Rango, Valor y Fuerza de Ley de Supresión y Liquidación del Consejo Nacional de la Cultura, de fecha 29 de Abril de 2008, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 38.928, de fecha 12 de Mayo de 2008. Para el año 1977 la asignación presupuestaria para el CONAC fue de Bs. 75.876,45 y en su último año de operación para el Ejercicio Fiscal de 2007 será de Bs. 81.921.507,51.

Vice Ministerio de Cultura (1999-2004)

Con el Decreto-Ley 375 del 05 de Octubre de 1999, se establecerá la figura del Viceministerio de Cultura, unidad ejecutora dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, que tendrá por misión la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional a través del Programa 06. Programa Cultural. Serán Alejandro Armas (1939-2004) y el artista plástico Manuel Espinoza (1936) los primeros Presidentes del CONAC-ViceMinistros de Cultura. Su

artículo 17 establece que los Institutos Autónomos previstos en este Decreto-Ley, como es el caso del CONAC, “continuarán ejerciendo el control correspondiente sobre los entes descentralizados funcionalmente que le estén adscritos o que le pertenezcan.” El 09 de Octubre de 2000, Gaceta Oficial No. 37.137, se iniciara la Reestructuración del CONAC y de los Entes Tutelados. Esta reestructuración se da con el objetivo de instituir políticas de estado en la materia cultural y crear nuevas estructuras institucionales, para la gestión cultural pública. Para el desarrollo de estas acciones, el Viceministerio de Cultura contaba con 31 organismos adscritos: CONAC, con 24 Entes Tutelados; Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Biblioteca, Fundación Biblioteca Ayacucho, Fundación Casa de Bello, Fundación Casa del Artista, Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC) y Centro Nacional del Libro. Los Entes Tutelados pasarán a formar parte del presupuesto consolidado del CONAC a partir del Ejercicio Fiscal 2001, en atención a lo establecido en el artículo 6°, del Decreto 370, sobre la Ley de Adscripción de Institutos Autónomos y Fundaciones de Estado, publicado en la Gaceta Oficial N° 36.889, de fecha 10 de Febrero del 2000.

12 años desde la instauración del Ministro de Estado para la Cultura en 2004

De conformidad al Decreto No. 2.938, publicado en la Gaceta Oficial No. 37.952 de fecha 03 de mayo de 2004, fue designado el arquitecto Francisco Sesto Novás (1943) como Ministro de Estado para la Cultura, cuya última versión corregida fue publicada en la Gaceta Oficial N° 38.019 del 09-09-2004, quedando eliminado el Viceministerio de la Cultura, con lo cual se amplía el radio de acción y atención del hecho cultural nacional, quien a través de los Organismos Adscritos, Entes Tutelados del CONAC y Direcciones Generales Sustantivas, implementara la formulación, coordinación, instrumentación y supervisión del desarrollo de la política cultural nacional enmarcada en el Plan Estratégico de la Nación, así como su articulación con los sectores educativos e instancias estatales para cuyo desarrollo se tomaron en cuenta los objetivos, programas y proyectos contemplados en el Plan y Presupuesto Anual Institucional y el Plan Operativo Anual Nacional enmarcados en las Líneas Generales del Plan Económico y Social de la Nación 2001-2007.

Ministerio de Cultura (2005-2007)

El Ministerio de la Cultura será concebido mediante el Decreto N° 3.464 de fecha 09 Febrero del 2005, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.124 del 10-02-2005 y con el Decreto Presidencial N° 3.745 de fecha 7 de Julio de 2005, se dicta el Reglamento Orgánico del Ministerio de la Cultura que señala, que su estructura organizativa y funcional estará conformada por cinco niveles. El Nivel Desconcentrado establecido por el Instituto de las Artes de la Imagen y el Espacio (IARTES), Instituto de Patrimonio Cultural (IPC) e Instituto de las Artes Escénicas y Musicales (IAME). El Nivel Descentralizado conformado por 23 Entes Adscritos. Dentro del Nivel Desconcentrado se presentan modificaciones, por vía del Decreto N° 3.585 de fecha 08 de Abril de 2005, en donde se suprime y se ordena la Liquidación de las Fundaciones del Estado y a su vez, la creación de la Fundación Museos Nacionales según Decreto N° 3.598 publicados en la Gaceta Oficial N° 38.218, de fecha 29 de Junio 2005 y por otro lado, la Reestructuración del CONAC mediante resolución N° 03 de su Directorio de fecha 24 de Agosto 2005, donde se ordena el proceso de transformación institucional y reorganización administrativa y funcional de este organismo.

El Ministerio del Poder Popular para la Cultura (2007-actual)

El Ministerio del Poder Popular para la Cultura fue instituido mediante el Decreto N° 5.103, a través del cual se dicta el Decreto sobre Organización y Funcionamiento de la Administración Pública Nacional, publicado en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.836 extraordinario del 08 de enero de 2007. Tendrá como Ministros de Cultura a Francisco Sesto Novás, Héctor Soto Castellanos, Pedro Calzadilla, Fidel Barbarito, Reinaldo Iturriza, Freddy Nañez y reciente a Adán Coromoto Chávez Frías. Según la Gaceta Oficial de fecha 18 de mayo de 2011, el Decreto 8.230 señala que con el nombramiento, el nuevo Ministro asume los objetivos de “insertar el movimiento cultural en los distintos espacios sociales, salvaguardar y socializar el patrimonio cultural, generar y proyectar los lineamientos y las políticas culturales del Estado que coadyuven al Desarrollo humano de manera integral”. A partir del 2007 se organizan nuevas instituciones:

Fundación Centro Nacional de la Fotografía (CENAF), Fundación Distribuidora Venezolana del Libro (denominada en 2010 como Fundación Distribuidora Venezolana de la Cultura), Fundación Compañía Nacional de Danza, Fundación La Villa del Cine, Fundación Misión Cultura, Fundación Editorial El Perro y la Rana, Fundación Red de Arte, Fundación Imprenta de la Cultura, Fundación Centro Nacional del Disco (CENDIS), Fundación Centro Nacional de la Historia y la Fundación Distribuidora Nacional del Cine, Amazonia Films. La Fundación Orquesta Filarmónica Nacional se reformará en Fundación Compañía Nacional de la Música, La Fundación de Etnomusicología y Folklore se transformará en Fundación Centro de la Diversidad Cultural y la Fundación Kuai-Mare del Libro Venezolano pasará a llamarse Fundación Librerías del Sur.

Desde 1991 –en funcionamiento el CONAC– hasta la actualidad ha existido un relativo consenso entre los actores culturales del país sobre la necesidad de fortalecer la institucionalidad cultural del país. Sin embargo, el balance de las políticas públicas culturales nos indica que aún con la creación del Ministerio del Poder Popular para la Cultura sigue operando la negación y condena a toda creación e institución cultural creadas por los gobiernos democráticos, bajo el principio político de la *deselitización* cultural, destacándose:

Tabla N° 2

El Principio Político de la *Deselitización* Cultural Chavista

- La institucionalidad cultural como aparato proselitista.
- Centralización, personalismo, discrecionalidad, concentración y abuso de poder. La imposición de una estructura organizativa centralizada que genera instancias burocráticas e ineficientes.
- Sectarismo y exclusión cultural.
- Discrecionalidad en la administración de recursos.

Elaboración propia. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. 2016.

III. LA LEGISLACIÓN CULTURAL Y LAS COMISIONES PERMANENTES DE CULTURA (1989-2016)

La Comisión Permanente de Cultura de la Cámara de Diputados (1989-1994)

Las comisiones permanentes tienen su antecedente desde el siglo XX, en el extinto Congreso de la República, con el fin de mejorar el funcionamiento del Senado y la Cámara de Diputados. Creada en mayo de 1989, la Comisión Permanente de Cultura de la Cámara de Diputados del entonces Congreso Nacional, fue el ente que ejerciera funciones legislativas en el ámbito nacional con el firme propósito de ordenar todo un cuerpo jurídico moderno en lo relativo al desarrollo cultural del país. Durante el período 1989-1994 será incorporada dicha Comisión al Reglamento Interior y de Debates de la Cámara de Diputados, la cual según el numeral décimo (X) del artículo 139, debería conocer lo concerniente a todas las manifestaciones de la cultura y de las bellas artes. Se iniciará así una nueva etapa en la Legislación Cultural del país: la materia cultural dejaba de ser objeto de estudio en una Subcomisión Especial de la Comisión Permanente de Educación y se constituía en el fin único y principal objeto de investigación y de análisis de una instancia parlamentaria permanente. Sus Presidentes fueron durante ese periodo: María Teresa Castillo, Carlos Azpurúa, José Albornoz, Jorge Roig Navarro y Lesli Páez.

En Agosto de 1993 por iniciativa de esta Comisión, se aprobaron cinco leyes claves para el desenvolvimiento del sector: *Ley de Fomento y Protección al Desarrollo Artesanal* (15 Agosto 1993, Gaceta Oficial N°4623 Extraordinario, de fecha 3 de Septiembre de 1993), *Ley Depósito Legal en el Instituto Autónomo Biblioteca Nacional* (10 Agosto 1993), *Ley de Reforma de la Ley sobre Derecho de Autor* (15 Agosto 1993, Gaceta Oficial N° 4638 Extraordinario, de fecha 1° de Octubre de 1993), *Ley de Cinematografía Nacional* (15 Agosto 1993, Gaceta Oficial N° 4626 Extraordinario, de fecha 8 de Septiembre de 1993) y *Ley de Protección y Defensa del Patrimonio Cultural* (15 Agosto 1993, Gaceta Oficial N° 4623 Extraordinario, de fecha 3 de Septiembre de 1993). Es importante señalar que a estos instrumentos legislativos les caracterizara un elemento común en su espíritu, propósito y razón: tratan de garantizarle

a todos los ciudadanos residentes en el país el disfrute de los bienes y servicios culturales e instan a fomentar la salvaguardia de nuestra identidad cultural, y de hacer una práctica inviolable el respecto a la libertad de creación. En el período presidencial de Rafael Caldera (1994-1999), se promulgara la *Ley del Libro* (20 de Marzo 1997, Gaceta Oficial N° 36.189, de fecha 21 de Abril de 1997).

El Proyecto de Ley Orgánica de la Cultura de Manuel Espinoza (2001)

Desde la creación de la Asamblea Nacional (en adelante, AN) en el año 1999 y su instalación el 30 de julio de 2000 las comisiones permanentes serán organizadas por seis reformas del Reglamento Interior y de Debates hasta la última del 7 de septiembre de 2005. La norma creará la Comisión Permanente de Educación, Cultura, Deportes y Recreación (Art.41) en el año 2000 que estaría encargada de conocer "... todos los asuntos relacionados con el proceso educativo, promoción de valores culturales de nuestra sociedad, preservación del patrimonio histórico y cultural de la Nación, así como lo relativo a la promoción y desarrollo del deporte en todas sus disciplinas, etapas y facetas, y de la recreación". A partir del mes de agosto del año 2000 hasta el 2005, a través de la Subcomisión de Cultura y Patrimonio Histórico, conjuntamente con los diputados miembros de la misma se le dio continuidad a la línea de trabajo ya iniciada durante el proceso constituyente en el año 1999 para la elaboración del Anteproyecto de Ley Orgánica de Cultura (en adelante, LOC). Sin embargo, en febrero del año 2001, el Viceministro de la Cultura y Presidente del CONAC, Manuel Espinoza, con la aprobación del Directorio del CONAC –integrado por Manuel Carlos Sulbarán, Alberto Arvelo, Imelda Rincón Finol, Roberto Hernández Montoya, José Balza, Luis Alberto Crespo y Milagros González de Blavia-, creó una comisión *ad hoc* designada con el nombre de Consejo Jurídico de la Administración Cultural (CAJAC), integrada por los abogados José Antonio Ramos, María Elena Mendoza de Planchart, Henrique Meier Echeverría, Gilena Gómez Muci, Rocío Fuentes de Ramos y Andrés Rosa Muñoz, para la redacción de un *Proyecto de Ley Orgánica de la Cultura*, distinto al que estaban trabajando en la Subcomisión de Cultura y Patrimonio Histórico de la Comisión Permanente de Educación, Cultura, Deportes y Recreación de la Asamblea Nacional.

El CONAC, en el periodo de Manuel Espinoza, desde el año 2000 venía trabajando en un proceso de reestructuración de la institución que habían titulado la *Nueva Gestión Cultural Pública* para adecuar la misma al perfil de los nuevos programas y proyectos que se derivaban de los cinco equilibrios (Político, Económico, Social, Territorial e Internacional) y lineamientos de políticas contenidos en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2002-2007 y, apegado a la nueva Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. La redimensión de la gestión incluía cambios políticos, jurídicos, institucionales y programáticos, como la definición de un cuerpo de políticas culturales, el diseño de una LOC, la reestructuración del CONAC y sus entes tutelados, rediseño de su programa de financiamiento, entre otros aspectos tendientes a la conformación del gran Sistema Nacional de Cultura (SNC), sinergia que se estimaba necesaria para consolidar la gobernabilidad del sector y espacio para el diseño y construcción concertada del Plan Nacional de Cultura (PNC). En este sentido el CONAC emprendió un proceso de reestructuración orientado al rediseño organizacional e institucional del organismo, el cual incluía una nueva legislación en materia cultural: Proyecto Ley Orgánica de la Cultura y un cuerpo de políticas sectoriales como plataformas de la gestión pública cultural que permitían impulsar a nivel nacional con la participación activa de todos los actores del sector cultural y de la comunidad en general, el proyecto de país contenido en la Constitución y en los planes nacionales y sectoriales.

Así desde noviembre del año 2000 el Consejo Jurídico de la Administración Cultural (CAJAC) del CONAC, elaboró el proyecto de LOC para facilitar el tránsito hacia un organismo rector dotado de la jerarquía política, la estructura y la orientación conceptual necesarias para conducir la acción pública de la cultura. Este proyecto fue presentado a la Asamblea Nacional el 5 de abril del 2001, así como también fue consignado al Ministro de Educación para su futura presentación al Presidente de la República y el Consejo de Ministros. Se plantea la creación de un Sistema Nacional de Cultura así como el diseño del Plan Nacional de la Cultura y considera con rango legal la responsabilidad del Estado en aspectos como (LA NUEVA GESTIÓN CULTURAL PÚBLICA 2002:25):

- Atención a la infancia, adolescencia, personas y comunidades en situación de exclusión.
- Protección al castellano, lenguas indígenas y garantías a idiomas de comunidades extranjeras.
- La educación como proceso para alcanzar los bienes de la cultura
- Fomento y estímulo a la creación e investigación.
- Administración pública cultural y concepto de servicio público cultural.
- Descentralización de los servicios y participación comunitaria de su gestión
- Financiamiento, mecenazgo e incentivos fiscales.
- Espacios culturales comunitarios.
- Rescate del talento nacional.
- Estímulo al desarrollo de industrias culturales y artesanías.
- Relación entre cultura, ambiente y turismo.
- Presencia cultural de Venezuela en el exterior
- Cultura y propiedad intelectual.

Es de destacarse que en diciembre de 2000 se imprimen y distribuyen 10.000 ejemplares del folleto *Lineamientos Generales para la elaboración del Proyecto de Ley Orgánica de la Cultura*, como parte de la *Colección La Cultura en debate*. Los días 29 y 30 de marzo de 2001 se realiza el “*Seminario Internacional de Inversiones Culturales, los Nuevos Escenarios*” patrocinado por el Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación Bigott, Fundación Polar y el Viceministerio de Cultura. Allí se tratarán temas como la definición de políticas para la inversión y las formas complementarias para la inversión cultural, con miras al Anteproyecto de LOC y su apartado de Mecenazgo Cultural. Y, los días 28 y 29 de mayo de 2001 se lleva a cabo el *Seminario-Taller en la Sala E de la Universidad Central de Venezuela (UCV)* con el objeto de estudiar dicho Anteproyecto de LOC. Dichos proyectos, tanto el de la AN como el del Viceministerio de Cultura, no serán aprobados; particularmente, el Proyecto de LOC del CONAC por

incluir el Título V: Del financiamiento y la Inversión para el desarrollo cultural, Capítulo I, Artículo 42 y el Capítulo II: Del Mecenazgo Cultural y los Incentivos Fiscales, Artículos 43 y 44 del mencionado proyecto de LOC, desaprobando una supuesta ofensiva neoliberal al respecto. Con el Título V: Del financiamiento y la Inversión para el desarrollo cultural, Capítulo II: Del Mecenazgo Cultural y los Incentivos Fiscales, se establecen:

- Regímenes fiscales especiales para el desarrollo de determinados sectores, zonas programas y empresas culturales.
- El otorgamiento de incentivos fiscales.
- El fomento y apoyo de programas y fondos especiales de financiamiento para las empresas culturales.
- La suscripción de convenios de cooperación financiera para proyectos culturales específicos con gobiernos extranjeros, instituciones multinacionales y regionales.
- La suscripción de convenios o asociaciones estratégicas con el sector privado nacional o internacional.
- Se establecen modalidades de mecenazgo, benefactor de patrocinio.
- Se establecen reglas claras con políticas prioritarias con categorías y para cada una se fijan porcentajes.

Comisión Permanente de Cultura y Recreación de la Asamblea Nacional (2011-2016) y la Ley Orgánica de Cultura (2014)

Con el fin de garantizar el derecho que tienen los pueblos y comunidades indígenas de mantener, fomentar, enriquecer, proteger, controlar y desarrollar su patrimonio cultural conforme a sus usos, prácticas, costumbres, tradiciones y expresiones, el 6 de febrero de 2009 se aprobará la *Ley de Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas* (G.O. 39.115, 6/12/2009). El 22 de diciembre de 2010, el Parlamento venezolano sancionará la reforma parcial del Reglamento Interior y Debates de la AN, el cual comprende la modificación 64 de artículos que determinan los mecanismos de votación para elegir la Junta Directiva y tomar decisiones en general en el seno del órgano legislativo. El instrumento jurídico aprobará el

cambio de denominación de la Comisión Permanente de Educación, Cultura, Deportes y Recreación y se le suprimirán las competencias sobre las materias de Educación y Deportes; dichas tareas les serán asignadas a la Comisión Permanente de Desarrollo Social Integral incluyendo las referidas al Patrimonio Histórico y Cultural de la Nación.

A partir de la reforma parcial del Reglamento Interior y Debates de la AN tendremos hasta la actualidad la Comisión Permanente de Cultura y Recreación, que se ocupara de “los asuntos relacionados con la difusión y promoción de las manifestaciones y tradiciones autóctonas, la promoción de las culturas populares constitutivas de la venezolanidad y el respeto a la interculturalidad bajo el principio de la igualdad de las culturas, así como de la recreación y el esparcimiento” (ASAMBLEA NACIONAL. Reglamento Interior y de Debates 2010:22). La Comisión Permanente de Cultura y Recreación de la Asamblea Nacional, teniendo como Presidenta y Vicepresidenta a los diputados oficialistas Gladys Requena y Cristóbal Jiménez, del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), el día 29 de abril 2013 presentará el Proyecto de Ley Orgánica de Cultura para la consulta pública. Mediante la Gaceta Extraordinaria N° 6.154, de fecha martes 19 de noviembre de 2014, fue oficializado el Decreto Presidencial N° 1.391 donde se dicta el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de la Ley Orgánica de Cultura. En este contexto, la Maestría en Gestión y Políticas Culturales del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela (UCV), organizará una serie de seminarios en 2013 para debatir sobre los retos que implicaría su gestión en el terreno de lo público. Así tenemos:

- 2do. Seminario Nacional de Gestión y Políticas Culturales. “*Legislación Cultural y Políticas Públicas. Retos y Contradicciones*” 25 de julio.
- 3er. Seminario Nacional de Gestión y Políticas Culturales. “*El futuro de la Cultura en Venezuela*”. 9 de octubre.

En general, entre las críticas a destacar de dicho instrumento jurídico cultural, encontraremos que la LOC promueve la identidad “venezolana” en términos de culturas populares tradicionales y no toma en considera-

ción el papel de las industrias culturales (editoriales, radio y televisión, cine, disco, gráfica) y las tecnologías de información y comunicación en las prácticas creativas actuales y en la transformación de la ciudadanía respecto a valores, tradiciones, visiones de mundo y costumbres. La Dra. Gisela Kozak Rovero, reconocida escritora venezolana sobre la cultura política del venezolano



y profesora de la Maestría en Gestión y Políticas Culturales y de la Escuela de Letras de la UCV, señalará en el 3er. Seminario Nacional *"El futuro de la Cultura en Venezuela"* (2013) los efectos que podría tener esta ley en áreas como memoria y patrimonio, el libro y la lectura, artes visuales y del espacio, el cine, el teatro y la música y las actividades culturales de las fundaciones privadas. Puntualizó que la LOC desconoce las transformaciones históricas de la cultura venezolana en términos del impacto de las sucesivas olas de inmigrantes provenientes de diversos lugares del mundo que han impregnado los hábitos, usos y expresiones nacionales. Se ignora el papel de la ciencia, la tecnología y la educación formal en los valores y visiones de mundo de la población así como la asimilación creativa de las influencias culturales de otros países. Igualmente, se toma como referencia el término "identidad nacional", cuestionado por las ciencias sociales, hoy en día inclinadas a asumir la pluriculturalidad como el punto de partida de una visión democrática de las políticas en esta materia. Además, en esta ley el Estado instrumentaliza las políticas públicas en términos de su consonancia con el socialismo, sistema no señalado ni definido en la constitución vigente. También, se podría apelar a razones de interés colectivo, definidas no por la sociedad sino por el gobierno en ejercicio, como pretexto para la coacción de la ciudadanía en términos de sus libertades individuales. Por último, Kozak Rovero, trató el tema del Fondo Nacional de Cultura, el cual muy probablemente se traducirá en una disminución del apoyo financiero a la difusión y promoción de la actividad cultural independiente. El sociólogo y experto internacional en políticas culturales Tulio Hernández planteó la falta de un verdadero debate sobre el instrumento legal que recoja el espíritu de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. A su juicio, la LOC tiene cinco fallas principales:

- Su inconsistencia conceptual y el retroceso que representa en relación con leyes existentes y con pactos internacionales asumidos por el estado venezolano.
- El empeño en erigir el Estado como protagonista de la gestión cultural que decide las prioridades en esta materia.
- Las omisiones sobre temas fundamentales de la cultura contemporánea.
- La ausencia de un Plan Nacional de Cultura.
- Los obstáculos a la descentralización cultural al subestimarse el papel de alcaldías y gobernaciones.



De igual forma, destacará la importancia de limitar el intervencionismo del Estado y subrayar su papel de acompañamiento de la acción cultural de la sociedad, a fin de evitar imposiciones ideológicas incompatibles con principios constitucionales como el pluralismo político y las libertades de creación, expresión y pensamiento. El diagnóstico será muy claro exigiendo acciones legislativas inmediatas; y ello pasaría, por la discusión y reforma total de la Ley Orgánica de la Cultura (Gaceta Extraordinaria N° 6.154, de fecha martes 19 de noviembre de 2014). Lejos de ser un instrumento jurídico para fomentar la libertad de creación cultural, la igualdad de oportunidades y diversidad de nuestras identidades culturales, el respeto a todas las corrientes del pensamiento humano y la sustentabilidad cultural para incorporarnos a una nueva estructura de producción, circulación y consumo cultural –en el contexto de la denominada sociedad del conocimiento– sin afectar nuestras pluralidades culturales, resultó ser una proclama legislativa para el sectarismo y exclusión cultural. Para el año 2014, se aprobará en la Gaceta Oficial n.º 40.491, de fecha 5/09/2014, la *Ley de Protección Social al Trabajador y a la Trabajadora Cultural*, la cual tiene por propósito reconocer los derechos y deberes de estos trabajadores, así como garantizar su protección integral en materia de Seguridad Social y Laboral. El 3 de junio de 2015 la Asamblea Nacional publicó en la Gaceta Extraordinaria 6.784, la nueva *Ley para el Desarrollo y la Creación Artesanal*, que automáticamente deroga la Ley para el Fomento y Protección del Desarrollo Artesanal de 1993.

IV. CULTURA, MUNICIPIO Y CIUDAD. POLÍTICAS CULTURALES PARA CAMBIAR CULTURAS POLÍTICAS

Desde los finales de los años ochenta y en el marco del proceso de descentralización en Venezuela, se apreciara una preocupación por dar respuestas a las exigencias y demandas en variados procesos de desarrollo cultural local. El Municipio es la unidad territorial jurídica, política y administrativa por medio del cual, el Poder Público Nacional se acomete como una realidad y en donde, las variadas escalas de participación y representación ciudadana se aglutinan, arraigan para darle salida como satisfacción a sus recursos materiales y potencialidades espirituales. Por tanto, los procesos políticos-administrativos de descentralización y transferencia de competencias en el sector cultural, en el fondo, lo que buscarán es reorientar el espacio de lo local y plural sin dejar lo nacional, potenciando al municipio como el escenario natural de la cultura; como el lugar fundamental de las decisiones políticas y del desarrollo cultural.

Así tenemos, como hecho histórico, que durante los días 28, 29 y 30 de agosto de 1985, se realizaron las Primeras Jornadas Municipales de Cultura¹³ organizadas por la Comisión de Educación y Cultura del Concejo Municipal del Distrito Sucre¹⁴ para la elaboración del Plan Cultural Integral 1986 y para la Política Cultural Municipal 1986-1989. Posteriormente, en 1989, Carmen Sofía Leoni de Moreno, Presidenta de dicha Comisión, presentará los *“Lineamientos generales de una Política Cultural Municipal”*¹⁵ para el período 1986-1989, como experiencia precursora y única del país para esa época. Transcurridos 25 años, la situación actual de los 335 municipios en

¹³ Consultar, CONSEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO SUCRE DEL ESTADO MIRANDA (1985) Comisión de Educación y Cultura. Informe final primeras jornadas municipales de cultura. Venezuela.

¹⁴ Durante largo tiempo el ahora Municipio Sucre formó parte del “Distrito Sucre”, hasta que zonas como Chacao, Baruta y El Hatillo se separaron de este distrito. Luego surgió una legislación en donde el título de “distrito” se eliminaba y se creaba la figura de Municipio Sucre.

¹⁵ Consultar, CONSEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO SUCRE DEL ESTADO MIRANDA (1989) *Comisión de Educación y Cultura. La Política Cultural Municipal. Lineamientos Generales*. Venezuela.

Venezuela aunque formalmente, en las normas, se les reconocen atribuciones suficientes para cumplir un papel central en materia cultural, siguen careciendo de los recursos necesarios por estar sujetos a relaciones desiguales dentro de un sistema político (re) centralizado que concentra en los niveles superiores de la organización estatal los recursos y las capacidades reales de operación. El grado de dependencia financiera que tienen los Municipios en relación al Gobierno Central, en los últimos 17 años (1999-2016), demuestra la poca evolución política cultural que como institución estos han alcanzado. La oposición entre la realidad, lo establecido en la CRBV de 1999 y la Ley Orgánica del Poder Público Municipal¹⁶ (Caracas, martes 28 de diciembre de 2010 N° 6.015 Extraordinario), no solo responde a un problema financiero, sino que también tiene que ver con la débil estructura que presentan los gobiernos locales y la ineficiencia actual en el manejo de la administración tributaria, que no compagina con la capacidad económica de los contribuyentes. Esta situación resulta sumamente grave si tomamos en consideración la crisis en que se encuentra la economía venezolana.

De acuerdo a lo antes expuesto, el sector cultural a nivel del Municipio sigue presentando una desorganización caracterizada por la ausencia de sistemas de planificación y de criterios de gestión cultural, los cuales ponen al descubierto el deterioro y la poca coherencia en las relaciones entre gobierno local y las comunidades culturales. Es decir, la gestión cultural de los Municipios, tanto las 256 Alcaldías que están bajo el Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV) como las 79 aglutinadas en la Mesa de la Unidad Democrática (MUD), no presenta una adecuada estructura que facilite el desarrollo de las mismas. Ello se debe a diversos factores como: la carencia de una programación continua y permanente, su limitación a pocas áreas culturales y manifestaciones, la tendencia a la promoción de espectáculos

¹⁶ En la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.575 de fecha 28 de diciembre de 2010, fue publicada la reforma de la Ley Orgánica del Poder Pública Municipal. En dicha Ley se introduce a la Comuna como entidad territorial, se les excluye de la normativa municipal, para pasar a ser reguladas por una ley propia y se crea la junta parroquial comunal elegida en asamblea de ciudadanos, que fungirá como órgano de coordinación de la parroquia. Además se añaden normas relativas a la planificación comunal, y los deberes y derechos de los ciudadanos en organizaciones de base y consejos comunales, de cara al control social, vida comunitaria, y la promoción de los intereses colectivos sobre los individuales.

con marcado acento de mercadeo político y, en definitiva, una limitada preparación para una mejor gestión cultural. La falta de un marco institucional democrático en este nivel y el escaso personal técnico con el que se cuenta en la mayoría de los concejos municipales, han impedido el desarrollo de un servicio local cultural. Claro está, la falta de servicios culturales básicos en la mayoría de los municipios del país es uno de los principales retos aún por superar. Un dato a resaltar es que en relación al presupuesto que manejan los municipios destinados a programas culturales, más del 50% de las Alcaldías tienen asignado menos del 1% del total del presupuesto a este sector, en tanto que la UNESCO señala que el presupuesto asignado a esta área no debe ser menor del 2% del presupuesto general. Por otra parte, las pocas disposiciones legales que se tienen (Ordenanzas, Resoluciones, Acuerdos, Decretos, etc.) indican que existe una mínima regulación, así como una escasa institucionalización de las políticas culturales municipales.

En los debates sobre la Gestión Cultural Municipal, durante el periodo 1991-2016, siguió haciéndose imperativo que las organizaciones de base lograran, a partir de su acción reivindicativa ante las necesidades básicas, incluyendo las culturales, plantear mecanismos novedosos que impactaran de forma significativa en el ámbito local, sin perder de vista y teniendo en cuenta el interés general. La rehabilitación de los centros y conjuntos históricos, la adecuación de políticas y programas de desarrollo urbano-arquitectónico con énfasis en lo cultural, la revalorización de los recintos públicos de la ciudadanía así como la protección-conservación del patrimonio urbano en general, son apenas algunas directrices dentro de un gran ámbito de preocupación, vale decir, la ciudad como objeto cultural: del acontecimiento cultural. En este contexto el Municipio aparecerá como el escenario natural de la cultura y la revalorización de la ciudad; el lugar fundamental de las decisiones políticas para un modelo de desarrollo cultural integral. En consecuencia, desde el año 1991, una temática central en los debates sobre la gestión y las políticas culturales será ofrecer una visión clara y profunda del posicionamiento de la ciudad como “acontecimiento cultural” en el entorno nacional. Por otra parte, se reflexionara sobre la ciudad como agente o medio de formación/socialización para la gestión, creación y expresión cultural urbana, con particular atención a la gestión cultural municipal. Se valorará un substancial esfuerzo por asentar las bases del tema de

la “cultura y ciudad”, su fenomenología (dominios) e infraestructura (instituciones culturales, instrumentos de promoción y formación, soportes, equipamientos colectivos singulares, etc.), recurriendo a metonimias del intersticio -como la calle, el ‘deambular’, o el tráfico- adquiriendo una relevancia superior a la que se le había dado en años anteriores. Este hecho se debe a que la ciudad no es solamente una construcción material y física, también es un espacio que alberga pensamientos, creencias, costumbres, tradiciones, hábitos y formas de vida del individuo que la habita, que nos testimonian sobre las identidades y culturas que conforman el apego a los lugares urbanos.

CONCLUSIONES. LOS DESAFÍOS DE LOS PRÓXIMOS AÑOS

El auge de la cultura privada

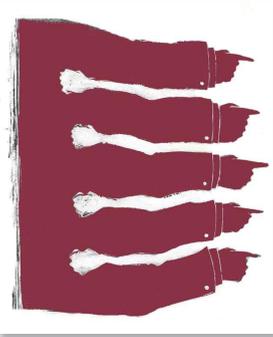
Caracterizar el campo de la gestión cultural privada (asociaciones profesionales, creadores, gestores y empresarios culturales) en Venezuela, en los últimos 25 años implica enfrentarse a un reto investigativo. Apoyados en las externalidades generadas por las políticas culturales cabe preguntarse si ¿ha sido factible la gestión privada de la cultura en Venezuela? Desde otra perspectiva, el sector privado cultural -empresas o a entidades sin ánimo de lucro- ha venido formulando señalamientos y apoyando iniciativas, vía fundaciones privadas o financiamiento directo a proyectos y planes culturales pero marcado por sus intereses colectivos. Desde finales de la década del siglo XX, los planes de desarrollo han señalado las desigualdades existentes entre las capacidades, potencialidades y acciones del sector privado cultural y las existentes al interior de la administración pública cultural. Estas desigualdades son muy marcadas en lo referido a la organización, funcionamiento y cobertura de los servicios culturales y recreativos. Pero también es cierto, que en este contexto, en la escala local se ha ido reconociendo la importancia del sector privado y el tercer sector (fundaciones y asociaciones culturales) como parte dinámica de la actividad cultural. Por otra parte, los cambios en las políticas culturales y en los modelos de relación entre la administración cultural pública y el sector privado se han dado paralelamente al desarrollo de la gestión de infraestructuras y equipamientos culturales como de la propia actividad.

Sin embargo, la situación ha sido más compleja y definitiva, en los últimos 17 años (1999-2016), en el campo de las relaciones entre el Estado y los sectores empresariales y culturales. El apoyo a la cultura como forma de proyectar una imagen que trate de alcanzar un nivel congruente con las normas, valores y expectativas sociales de la sociedad venezolana no ha sido uno de los temas prioritarios en la agenda de las empresas venezolanas. Pese a ello, sí existen iniciativas importantes del movimiento empresarial vinculado a la cultura. En todo caso, lo que ha quedado en evidencia es el auge de la cultura privada; de la indiscutible necesidad del sector privado cultural de propiciar alianzas con los diversos grupos con los cuales se relaciona, con los circuitos –agentes e instituciones culturales– y campos culturales, tomando en cuenta también que aunque los sectores empresariales puede contribuir con el desarrollo y la solución de algunos problemas culturales tampoco es su responsabilidad asumir el papel que debe jugar el Estado en esta materia.

Las libertades culturales como debate central

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. Formal e informalmente, explícita o implícitamente, el grueso de las acciones del sistema institucional cultural ha tratado de propiciar tales iniciativas; en determinados períodos ellas resultaron claras en cuanto lineamientos de políticas de desarrollo cultural; otras veces sobre todo desde la década de los 70 fueron siendo incorporadas como capítulos sectoriales de los planes nacionales de desarrollo e incluso, en los últimos años, han representado temas de discusión, evaluación y crítica.

Naturalmente que la materialización efectiva de este tipo de orientaciones, estará condicionada no solamente por lo que pudieran denominarse “Derechos Culturales y Educativos”, del Capítulo VI de la CRBV (1999.



Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.453 Extraordinario de fecha 24 de marzo de 2000) específicamente en sus artículos 98, 99, 100 y 101; también expresadas en otras normas de la legislación cultural venezolana. Resulta fundamental que dichas garantías y principios democráticos sean preservados y desarrollados sin discriminación, restricción o violación. Esta condición será básica en los próximos años para el diseño de un escenario cultural deseable, respetándose su vigencia en cuanto se parte del supuesto del carácter democrático, pluralista y de libertad que caracteriza a nuestra sociedad.

Sin embargo, el país en los últimos 17 años, ha sido testigo de intervenciones, imposiciones y exclusiones que indican una suerte de autoritarismo cultural, un limitado acceso y participación de la población a experiencias distintas del desarrollo cultural institucional oficial; restricciones en relación con las libertades culturales; persecuciones a la libertad de culto y creencias; aplicación de sanciones y vetos a proyectos y proposiciones distintas a la cultura oficial, así como la persistencia de obstáculos para una más libre circulación de las ideas y opiniones violándose los artículos 57, 58, 60 y 61 de la CRBV. Sin dejar de hacer referencia a la violación del derecho de amparo, cuya demanda de protección ha traspasado la esfera del comportamiento de las organizaciones culturales. A manera de ejemplo, podemos mencionar los siguientes casos (ver tabla N°3).

Al respecto de las libertades y principios socioculturales gran parte de las probabilidades de avanzar hacia modalidades de desarrollo y prácticas culturales distintas vendrán pre-condicionadas por el grado de restricción-ampliación de los mismos en el marco de una sociedad verdaderamente democrática. Este nudo crítico, será sin lugar a dudas, uno de los más definitorios del conjunto de escenarios culturales de la Venezuela futura asociado por la puesta en vigencia plena del pluralismo cultural y de espacios democráticos para la libre circulación y el intercambio de la cultura y de la comunicación. En el mismo sentido, resultará fundamental propiciar oportunidades para ampliar el acceso y la participación de la población en experiencias por el aprecio y respeto de formas y expresiones culturales diversas.

Tabla N° 3

Restricciones alas Libertades Culturales en Venezuela. Casos

- El ensañamiento degradado y bufón por parte del Presidente Hugo Rafael Chávez Frías cuando en 2002, gracias a las gestiones del ViceMinistro de Cultura Manuel Espinoza (2002-2004), expulsó a Sofía Imber (MACCSI), María Elena Ramos (MBA) y Clementina Vaamonde (GAN), directoras de los más importantes museos del país.
- Unificación de la nomenclatura de los museos y eliminación de sus logotipos; patrimonio de nuestra modernidad gráfica creados por artistas como Gerd Leufert, Nedo Mion Ferrer, Álvaro Sotillo, con los que proyectaban su identidad. En marzo de 2006 el Ministro Francisco Sesto Novás decreta la eliminación del uso de las imágenes de las instituciones culturales del Estado.
- Centralización, personalismo, discrecionalidad, concentración y abuso de poder. La imposición de una estructura organizativa centralizada que genera instancias burocráticas e ineficientes, ha traído como consecuencia la pérdida de la identidad y la autonomía en la imagen y la programación de las instituciones culturales. La Fundación Museos Nacionales (integrante de la Plataforma de las Artes), creada según Decreto N° 3.598 publicado en la Gaceta Oficial N° 38.218 de fecha 29 de Junio 2005, centraliza la actividad de los museos, eliminándoles su autonomía y reduciéndolos a simples dependencias de la macro instancia.
- Sectarismo y exclusión cultural, que atenta contra la autonomía del arte y la libertad de creación cultural, ejercidos contra artistas plásticos que no expresaran públicamente su incondicionalidad política e ideológica con el Gobierno del Presidente Hugo Rafael Chávez Frías.

Elaboración propia. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas. 2016.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRUNNER, José Joaquín

- (1992) *América Latina: cultura y modernidad*. México, Coedición Dirección General de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Editorial Grijalbo, S.A. Colección Claves de América Latina.
- (1988) *Un espejo trizado. Ensayos sobre cultura y políticas culturales*. Santiago de Chile. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).
- (1981) *La cultura autoritaria en Chile*. Santiago de Chile. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

CÁCERES SOTO, Jorge

- (1989) *Los Paradigmas del Desarrollo Cultural y sus implicaciones para la Gestión y Gerencia Culturales*. SE. Barquisimeto, Lara. Venezuela. Noviembre. 5 págs. Mimeografiado.
- (1982) "Significaciones asignadas a la dimensión cultural de la realidad venezolana en los últimos cuatro planes de desarrollo". En: *ININCO Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 4-5, Pp. 66-85.

COMISIÓN PRESIDENCIAL PARA LA REFORMA DEL ESTADO (COPRE)

- (1991) *Encuesta Cultura y Municipio. Encuesta Nacional para un Diagnóstico Prospectivo y la Formulación de una Política Cultural Municipal. Informe Final*. Elaborado por Clara Serfaty. Caracas, Venezuela. COPRE. Noviembre. 33 Págs.
- (1990) *Encuesta Cultura y Municipio. Encuesta Nacional para un Diagnóstico Prospectivo y la Formulación de una Política Cultural Municipal*. Caracas, Venezuela. COPRE. 9 Págs.
- (1987a) *Encuesta Nacional Estado y Cultura/ Encuesta Nacional para un Diagnóstico Prospectivo y la Formulación de una adecuada Política Cultural. Anexos*. Caracas, Venezuela. COPRE. 43 Págs.
- (1987) *La Cultura en un Proyecto de Reforma del Estado*. Caracas, Venezuela. COPRE. Volumen 10. Tomo I.

CONSEJO MUNICIPAL DEL DISTRITO SUCRE DEL ESTADO MIRANDA

- (1989) *Comisión de Educación y Cultura. La Política Cultural Municipal. Lineamientos Generales*. Venezuela.

(1985) *Comisión de Educación y Cultura. Informe final primeras jornadas municipales de cultura.* Venezuela

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES. GOBIERNO DE CHILE.

(2012) *Los Estados de la Cultura. Estudio sobre la institucionalidad cultural pública de los países del SICSUR.* Venezuela. Fundación Imprenta de la Cultura.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA (CONAC)

(2002) *La nueva Gestión Cultural Pública 2000-2007.* Caracas, Venezuela. CONAC. 1ra. Edición.

(2002a) *Políticas.* Caracas, Venezuela. Consejo Nacional de la Cultura. 2da. Edición. Colección La Cultura en Debate 1.

(1998) *El Desafío de la Cultura 1994-1999.* Caracas, Venezuela. Consejo Nacional de la Cultura.

(1997) *Primer Congreso Nacional de la Cultura. Memoria.* Caracas, Venezuela. Consejo Nacional de la Cultura.

(1992) *1er. Informe de la Gestión Cultural Pública Estatal.* Caracas, Venezuela. Unidad de Seguimiento y apoyo al proceso de Descentralización Cultural. CONAC. Elaborado por María Jiménez Fernández.

(1992) *1er. Informe de seguimiento al proceso de Descentralización Cultural (CONAC).* Caracas, Venezuela. Unidad de Seguimiento y apoyo al proceso de Descentralización Cultural. CONAC. Elaborado por María Jiménez Fernández.

CORDIPLAN

(1995) *Un Proyecto de País. Venezuela en Consenso.* Documentos del IX Plan de la Nación. Caracas, Venezuela. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan.

(1990) *El Gran Viraje. Lineamientos Generales del VIII Plan de la Nación.* Presentación al Congreso Nacional. Caracas, Venezuela. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan. Presidencia de la República.

(1984) *VII Plan de la Nación. 1984-1988.* Lineamientos Generales. Presentación al Congreso Nacional. Caracas, Venezuela. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan.

(1981) *VI Plan de Desarrollo de la Nación. 1981/1985. Versión Preliminar. Volumen II. (- El Desarrollo de la Cultura, la Comunicación Social, las Bibliotecas y el Sistema de Información (Papel de Trabajo).* Caracas, Venezuela. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan.

- (1981a) *VI Plan de la Nación. 1981-1985*. Desarrollo Global. Volumen I. Caracas, Venezuela. Versión Oficial. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan.
- (1981b) *VI Plan de la Nación. 1981-1985*. Desarrollo Sectorial. Volumen II. Parte 3. Caracas, Venezuela. Versión Oficial. Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República. Cordiplan. Introducción . pp. I-IV. Cap. III. pp. 61-97.

FERNÁNDEZ, Fausto

- (1992) *Sector Cultura. Estudio de Transferencia de Competencias*. Comisión Presidencial para la Reforma del Estado (COPRE); Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Proyecto VEN/89/501, Desarrollo de las Capacidades Gerenciales del Estado. Caracas, Venezuela.
- (1991) *Consideraciones sobre la Descentralización del Sector Cultura*. Dirección General Sectorial de Planificación Regional y Ordenación del Territorio. Oficina Central de Coordinación y Planificación CORDIPLAN. Presidencia de la República. Caracas, Venezuela.

GARCIA CANCLINI, Néstor

- (1987) "Cultura y política. Nuevos escenarios para América Latina". En: *Revista Nueva Sociedad*. N° 92. Caracas, Venezuela. Noviembre – Diciembre. Pp. 116-130.
- (1987) (et al) *Políticas Culturales en América Latina*. México, Editorial Grijalbo, S.A. Colección Enlace.

GONZÁLEZ ORDOSGOITTI, Enrique Alf

- (1997) *Diez Ensayos de Cultura Venezolana*. Caracas, Venezuela. Fondo Editorial Tropykos / CISCUVE.
- (1992) *Ensayos sobre la cultura urbana caraqueña*. Caracas, Venezuela. FUNDARTE / CISCUVE.

HARVEY, Edwin R.

- (2014) *Las Políticas Culturales en América Latina. Evolución histórica, instituciones públicas, experiencias*. Madrid, España. Fundación SGAE. Colección Datautor.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique

- (2012) *Economía Creativa e Innovación. Industrias Creativas, Culturales y de Contenidos Digitales*. España. Editorial Académica Española.

- (2008) "La preocupación de la libertad de expresión: el silencio de la hegemonía comunicacional". En: VILLAFañE, Justo (dirección) *La Comunicación Empresarial y la Gestión de los intangibles en España y Latinoamérica 2008 Informe Anual*. Madrid, España. Pearson Prentice Hall. Pearson Educación, S.A. 1ra. Edición. Pp. 147-160.
- (2005) "La cultura política del venezolano. Un acercamiento diacrónico a los estudios de cultura e identidades políticas en Venezuela". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 130, Segundo Trimestre. Pp. 60-75.
- (2001) ¿Existe un proyecto cultural nacional a comienzos del siglo XXI venezolano. En: *Revista SIC*. N° 631. Caracas, Venezuela. Enero-Febrero. Centro Gumilla. Pp. 12-15.
- (1999) "Cuatro convocatorias constituyentes en el siglo xx y una más para entrar al siglo xxi venezolano". En: *Revista Perspectivas*. N° 15. Caracas, Venezuela. COSAR/ADD. Informes de COSAR/ADD N° 7. Primer Trimestre 1999. Pp. 1-4.
- (1999) "Políticas culturales y Constituyente". En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 105. Primer Trimestre. Pp. 12 - 25.

HERNÁNDEZ, Tulio

- (2011) *Sesenta años de tradiciones populares venezolanas. Del país rural a la nación globalizada*. Caracas, Venezuela. Fundación Chacao para la Cultura y el Turismo.
- (1987) "Las nuevas encrucijadas culturales". En: MICHELENA, Silva. *Venezuela hacia el 2000. Desafíos y opciones*. Caracas, Venezuela. Editorial Nueva Sociedad. Pp. 319-336.

KOZAK ROVERO, Gisela.

- (2013) *Políticas culturales de Estado en la Venezuela del siglo XXI (1999-2013)*. Caracas, Venezuela. Ediciones de la UCAB. Colección Visión Venezuela. En: BISBAL, Marcelino (Coordinador) *Saldo en Rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*.
- (2014) "Cultura en la ley: nación, pueblo, historia y democracia en la Revolución Bolivariana". En: *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 26. N° 1, junio. Pp. 313-334.

(2012) *La literatura asediada: revoluciones políticas, culturales y sociales*. Caracas, Venezuela. Ediciones de la Biblioteca-EBUC, Universidad Central de Venezuela.

MEJÍA, Juan Luis

(2009) "Apuntes sobre las políticas culturales en América Latina, 1987-2009". En: GARCÍA CANCLINI, Néstor y Alfons MARTINELL *El poder de la diversidad cultural*. España. Revista Pensamiento Iberoamericano N°4. Pp. 105-129.

MILLER, Toby y George YÚDICE

(2004) *Política Cultural*. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A. Serie Culturas.

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA

(2014) *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual metodológico*. Paris, Francia. UNESCO.

OROPEZA GONZÁLEZ, Alejandro.

(2014) *Política pública y demanda cultural en Venezuela*. Caracas, Venezuela. CENDES.

RODRÍGUEZ MORATÓ, Arturo

(2012) "El análisis de la política cultural en perspectiva sociológica. Claves introductorias al estudio del caso español". En: *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*. España. Universidad de Santiago de Compostela. Vol. 11, núm. 3, 2012, Pp. 15-38.

SÁNCHEZ, Natalia y Emilia BERMÚDEZ

(2002) "Actores culturales globales y políticas culturales". En: *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 2. N° 14, diciembre. Pp. 163-190.

ZICRI EVELYN
COLMENARES DÍAZ
(VENEZUELA)



Más allá de las butacas. Motivaciones del público teatral femenino en Caracas

*Beyond the Armchairs.
Motivations of the female
theatrical public in Caracas*

Magister Scientiarum en Gestión y Políticas Culturales por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Licenciada en Teatro, Mención Gerencia y Producción Teatral por el Instituto Universitario de Teatro. Asistente de investigación, adscrita al proyecto de investigación grupal titulado "Venezuela Cuadro a Cuadro. Panorama Audiovisual de una década 2002-2012", financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH-UCV) de la UCV, el cual se ejecuta en la especialización en Educación para el uso creativo de la Televisión del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO). Asistente de Investigación en el Capítulo Venezuela del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva. Productora de eventos culturales. Correo electrónico: czicri@gmail.com

Recibido: 29 /04/ 2016 • Aceptado: 11 /06/ 2016

- © De conformidad por su autora para su publicación. Esta cesión patrimonial comprenderá el derecho para el Anuario ININCO de 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 de la autora. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1° Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.

RESUMEN

ZICRI EVELYN COLMENARES DÍAZ

Más allá de las butacas. Motivaciones del público teatral femenino en Caracas

En Venezuela existen pocos documentos para evaluar la situación actual del consumo cultural, específicamente en el área teatral. En este sentido, surgió la necesidad de indagar en torno a las características del consumo cultural teatral, en algunas salas privadas, públicas y/o alternativas de la ciudad de Caracas, durante el lapso comprendido en el último bimestre del año 2014. El estudio realizado permitió conocer qué tipo de motivaciones impulsa al público femenino, para asistir o no a una sala teatral, identificar las infraestructuras teatrales más visitadas, dibujar el perfil de las personas que asisten a ellas. Es una investigación de tipo exploratoria, con un componente documental. Es un estudio de campo porque los datos se obtuvieron in situ y se enmarca en la línea de investigación "Estudios de recepción, consumos culturales y audiencias" de la Maestría de Gestión y Políticas Culturales.

Descriptor: Consumo teatral / Industrias culturales y creativas / público femenino.

ABSTRACT

ZICRI EVELYN COLMENARES DÍAZ

Beyond the Armchairs. Motivations of the female theatrical public in Caracas

In Venezuela there are few documents to evaluate the current situation of cultural consumption, specifically in the theatrical area. In this sense, the need arose to investigate the characteristics of cultural theatrical consumption, in some private, public and / or alternative rooms of the city of Caracas, during the period included in the last two months of the year 2014. The study made it possible to know what kind of motivations the female audience, to attend or not to a theatrical room, to identify the most visited theatrical infrastructures, to draw the profile of the people who attend them. It is an exploratory type investigation, with a documentary component. It is a field study because the data were obtained in situ and is part of the research line "Studies of reception, cultural consumption and audiences" of the Master of Management and Cultural Policies.

Key words: Theatrical consumption / Cultural and creative industries / female audience.

RÉSUMÉ

ZICRI EVELYN COLMENARES DÍAZ

Au-delà des fauteuils. Motivations du public théâtral féminin à Caracas

Au Venezuela, il existe peu de documents pour évaluer la situation actuelle de la consommation culturelle, en particulier dans la zone théâtrale. Dans ce sens, il fallait étudier les caractéristiques de la consommation théâtrale culturelle, dans certaines salles privées, publiques et / ou alternatives de la ville de Caracas, pendant la période comprise dans les deux derniers mois de l'année 2014. L'étude l'a fait Il est possible de savoir quelles sont les motivations du public féminin, d'assister ou non à une salle de théâtre, d'identifier les infrastructures théâtrales les plus visitées, de dessiner le profil des personnes qui les assistent. Il s'agit d'une enquête de type exploratoire, avec une composante documentaire. Il s'agit d'une étude sur le terrain parce que les données ont été obtenues in situ et font partie de la ligne de recherche «Études sur l'accueil, la consommation culturelle et le public» du Master of Management and Cultural Policies.

Mots-clés: théâtre Consommation / culturel et les industries créatives / public féminin.

RESUMO

ZICRI EVELYN COLMENARES DÍAZ

Além das poltronas. Motivações do público teatral feminina em Caracas

Na Venezuela existem poucos documentos para avaliar a situação atual do consumo cultural, Especificamente na área teatral. Neste sentido, surgiu a necessidade de investigar as características culturais de consumo teatral, em algumas salas privadas, públicas e / ou alternativos da cidade de Caracas, no período compreendido nos últimos dois meses do ano de 2014. O estudo fez possível saber que tipo de motivações do público feminino, para assistir ou não a uma sala de teatro, para identificar as infra-estruturas teatrais mais visitadas, para desenhar o perfil das pessoas que as atendem. É um tipo de investigação exploratória, com um componente documental. É um estudo de campo Como os dados foram obtidos in situ e faz parte da linha de pesquisa "Estudos de recepção, consumo cultural e as audiências" do Mestrado em Gestão e Políticas Culturais.

Palavras-chave: Consumo teatral / indústrias culturais e criativas / público feminino

1. ¿CUÁL ES NUESTRO PUNTO DE PARTIDA?

A lo largo del 2014 ocurrieron múltiples hechos de confrontación social en varias ciudades venezolanas. Las razones, fuertes críticas en contra del gobierno, y específicamente al presidente Nicolás Maduro, por los altos niveles de inseguridad e inflación, y la escasez de diversos productos básicos en el país. Partiendo de referentes históricos, tales como la



dictadura militar de Argentina llamada: *Proceso de Reorganización Nacional* (1976 y 1983), o la *revolución social Española* de 1936, se ha demostrado que en tiempos de conflicto surgen propuestas artísticas y en especial desde las artes escénicas como respuesta frente a lo que sucede en el contexto; bien sea para transmitir ideologías, evadir la realidad o criticar puntualmente a la situación social en que se vive. Ejemplo de ello fueron las agrupaciones españolas: “Teatro Escuela de Arte, La Barraca, Las Misiones Pedagógicas, El Búho y el Teatro de Arte y Propaganda” (Gómez, 2006), que contribuyeron a que el público olvidara y cuestionara –desde el teatro– las tragedias de su entorno. Gómez (2006) afirma que “nuestro público sufre demasiado en la realidad y cuando se pone ante la ficción quiere olvidar sus amarguras existentes (...) el mayor bien que puede hacerseles es distraerle de la tragedia en que es actor principal” (*Ibíd*: 46). Aparentemente, el año 2014 impulsó el renacimiento en la escena teatral caraqueña, tanto en las salas como en las plazas, lo que constituye un hecho que es preciso y oportuno analizar.

En este sentido, el presente trabajo plantea como tema de estudio el consumo cultural en un grupo de salas teatrales públicas, privadas y alternativas del último bimestre del año 2014, en la ciudad de Caracas. Según Lugo (2013) la ciudad capital, se mantiene como el área de mayor concentración de actividad teatral que se realiza en Venezuela. Y donde podemos diferenciar claramente la existencia de tres tipos de salas teatrales, a saber: públicas, privadas y alternativas, clasificación que realizamos en función de las formas de gestión que en ellas opera, apoyados en Pérez (2003). Partiendo de esto, surge la necesidad de investigar, conocer e indagar en torno

a las cifras de asistencia a los recintos culturales seleccionados, los factores o motivaciones que influyen en el acto de consumir y con ello, caracterizar los hábitos de consumo cultural del público femenino, específicamente en el área teatral. ¿Por qué el público femenino? Porque desde la gestión cultural también deben generarse estrategias vinculadas a los públicos fragmentados y sobre todo, explorar cómo funciona el factor género en la asistencia a los espacios teatrales. Actualmente en la ciudad de Caracas estamos protagonizando un momento histórico en el que las estadísticas podrían contradecir las cifras de asistencia que se manejan en Latinoamérica. Lo importante es aprovechar estos tiempos de crisis y de mover cultural, y conocer, si la asistencia a las salas ha aumentado o disminuido, así como contribuir con el proceso de caracterizar algunos hábitos de consumo teatral en la ciudad. Lamentablemente, los entes gubernamentales como el Instituto de las Artes Escénicas y Musicales (IAEM), el Centro Nacional del Teatro (CNT) y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) no le han dado mayor relevancia a la recolección de información relacionada con la producción, distribución y consumo vinculado al sector cultura, la cual serviría para monitorear este tipo de actividades y, a su vez, generar estadísticas basadas en fuentes confiables.

Sin embargo, el sector privado han realizado investigaciones de marketing en las que se “estudian la audiencia o públicos para mejorar la comercialización de sus propias mercancías, sean culturales o de bienes y servicios, y donde los datos no son dados a conocer, sino que se reservan para el uso de las agencias de publicidad” (Almanza, 2005). Por años, hemos observado cómo la audiencia teatral, entendida en el dominio de las actividades culturales como “público asistente” (Cuadrado y Bereguer, 2014) ha cambiado en virtud de “la asertiva capacidad de los teatros, públicos y privados, de ofrecer en su programación artística, diversidad, calidad y alternativas para el espectador” (Herrera, 2013). Un ente cultural, debe tener:

Intuición para conformar una cartelera lo más diversificada donde semanalmente o quincenalmente el espectador pueda optar por confrontar de música a teatro, de títeres a danza, de espectáculos circenses a recitales poéticos; son parte de los elementos que hablan bien de una gestión en materia de planificación cultural. Incluso, la rotabilidad o permanencia de tal o cual producción permite diagnosticar si la perspicacia de un ente cultural está en capacidad de estar atento a las expectativas de lo que el público demanda (Herrera, 2013).

No obstante, la intuición para programar una cartelera teatral diversa no es la principal motivación para asistir a una sala teatral, también existen otros factores que pueden influenciar en la asistencia a un recinto teatral, como por ejemplo, el factor dinero.

Velázquez (2011), en el trabajo denominado *Espacio público y comunicación: estudios sobre el consumo cultural en Venezuela*; presenta un informe sobre la asistencia a actividades culturales y entretenimiento de 1997-2007 y las variaciones del consumo en el transcurso en 10 años. El autor asevera que la asistencia a actividades culturales y entretenimiento se mantuvieron estables. Por ejemplo, para el año 97; el 31% del grupo entrevistado asistió a los teatros, mientras que en el 2007, disminuyó al 28%.

En la encuesta realizada en la Feria Internacional del Libro (CENAL, 2010), se incluyó la pregunta *¿Qué actividades hace en su tiempo libre?* Con una muestra de 2500 personas encuestadas, sólo 100 de ellas -que corresponde al 3% de la totalidad- afirmaron que asisten a representaciones teatrales. Ubicando al teatro en la segunda posición de las actividades menos frecuentadas en el tiempo libre. La investigación realizada por la Universidad Católica Andrés Bello (2010) sobre consumo cultural, permitió “determinar los hábitos culturales, así como la exposición a los distintos medios de comunicación”. La recopilación de la información se realizó a partir de una encuesta por muestreo entre los años 2007 y 2008, en el contexto de la Segunda Encuesta del “Proyecto Pobreza”¹. Los resultados la investigación evidenciaron, que los venezolanos de ese momento, invertían su tiempo libre en leer libros principalmente, mientras que el asistir a obras teatrales o espectáculos en vivo, se encuentra entre las actividades menos frecuentadas. Concretamente el 85% de los encuestados manifestó nunca haber asistido a obras teatrales.

Tales trabajos dan luces en torno a la importancia de estudiar a los públicos, pues la observación directa –en el caso de la ciudad de Caracas– no

¹ Proyecto realizado por Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales de la Universidad Católica Andrés Bello, para proponer recomendaciones de políticas públicas, ayudar a orientar los proyectos de inversión social, aportar información y análisis sobre la dinámica social del país, con el fin de que todos los sectores, desde la empresa privada hasta las organizaciones voluntarias de cualquier tipo, pudieran tomar decisiones a favor de la resolución del principal problema del país, la pobreza.

coincide con los hallazgos que muestran tales estudios. Experiencias puntuales y concretas como “Microteatro Venezuela: teatro de 1/4”, organizada por Urban Cuplé en Caracas, durante el mes de junio de 2014, tuvo sala llena en la mayoría de sus funciones y registró un total de 120 mil espectadores en dos muestras, una con 18 montajes y otra con 23, en las que Malala Dubuc y Dairo Piñeres fueron piezas claves para el éxito, según afirma el Director General de Urban Cuplé Robert Chacón (Moreno, 2014). Estudiar a los públicos es reconocer que ellos “contribuyen al desarrollo social y cultural, satisfaciendo o generando sus necesidades” (De León, 2009). Además, analizar a los públicos permite “segmentarlos para identificar grupos más específicos” (*Ibíd*) y dividirlos según sus intereses culturales. Por tal motivo, segmentamos al público por género y nos enfocamos en el femenino, veamos por qué.



Según los publicistas, las mujeres “constituyen el grupo consumidor más importante, numeroso, polimorfo y activo desde el punto de vista de los intereses del mercado: alrededor del 80% del total de las compras son realizadas por mujeres” (Walzer y Lomas, 2006). Es por ello que vemos como cada vez más proliferan los productos diseñados específicamente para ellas: canales de tv, tiendas, productos de belleza, centros de salud y estética; y, también, obras de teatro. Obras, que se muestran y se venden principalmente desde la publicidad, tales como: *Sólo para ellas* por Gennys Pérez y *Vestuarios de hombres* de Javier Daulte, son una muestra de tal afirmación, ya que fueron diseñadas para satisfacer a un público femenino. Los productores consideraron a las mujeres como un mercado potencial y lo segmentaron.

Kotler (1997), asegura que la mayoría de las personas que asisten a acontecimientos de artes escénicas son mujeres. Esto debido a que:

En muchos casos los hombre que acuden lo hacen como acompañantes de una mujer y ha sido ella quien ha tomado la decisión final de ir. No existe ninguna lógica para esperar que la biología tenga algo que ver en esta diferencia entre ambos sexos, de modo que la explicación podría atender a razones de diferencias en la socialización. Quizás las mujeres se sientan más involucradas en las

artes escénicas porque por lo general de jóvenes se les ofreció una mayor preparación artística que a los chicos (danza, clases de música, etcétera), así como más oportunidad de asistir a espectáculos” (Kotler, 1997:171).

Para el autor, es probable que las mujeres hayan tenido un mayor acercamiento, desde la niñez, hacia las artes escénicas que los hombres, por lo que influye en el número de asistencia a las salas teatrales. Adicionalmente considera que “la identidad del sexo femenino se caracteriza por rasgos como la expresividad, la emotividad y una marcada orientación social” (*Ibíd*:171), atributos que identifican al teatro en general. A partir de lo expuesto anteriormente, vale la pena preguntarse: ¿Cuáles son las características del consumo femenino en las salas teatrales seleccionadas? ¿Cuáles son las motivaciones y los factores que inciden en el hecho de que el público femenino decida asistir a determinada sala teatral? ¿Cuáles son las preferencias, actitudes, hábitos y prácticas de consumo teatral que posee el público femenino? ¿Cuál es el perfil del público femenino en Caracas? Interrogantes que dieron cabida al objetivo de este estudio: Analizar las características del consumo teatral de un grupo de sujetos correspondiente al público femenino en Caracas, durante el último bimestre del año 2014.

2. EL CONSUMO TEATRAL BASADO EN MOTIVACIONES

Eccles (1993), afirma que el factor principal a la hora de tomar la decisión de comprar una entrada, es la reputación de lo que se iba a representar. Otra investigación afirma que el público o consumidor tiene sed de nuevas experiencias, que incluyen tanto obras nuevas como desconocidas (Philadelphia Arts Market Study, 1989). Para Kotler (1997), existen diversos factores que afectan el interés, necesidades y niveles de satisfacción de los consumidores, que van desde factores macroambientales hasta factores personales. Por ello describe cinco fundamentales que influyen en el comportamiento del consumidor (ver tabla I).

El primer factor que plantea Kotler son las tendencias macroambientales; son todos aquellos agentes externos que intervienen en la decisión de comprar. La clase social es otra característica presente en el factor cultural, generalmente están jerarquizadas y se ve influenciada por la profesión, los

Tabla N° 1

Factores que influyen en el comportamiento de los consumidores

- I. Tendencias macroambientales: Fuerzas sociales, políticas, económicas y tecnológicas.
- II. Cultural: Nacionalidad, Subcultura, clase social.
- III. Social: Grupos de referencia, líderes de opinión, tendencia a la innovación.
- IV. Psicológicos: Personalidad, creencias y actitudes, motivación.
- V. Personales: Ocupación, circunstancias económicas, familia, etapa del ciclo vital.

Fuente: *Marketing de las artes escénicas*

ingresos, las riquezas, la educación y los valores que posean. Kotler afirma que “los miembros de cada clase social tienden a mostrar una actitud más similar entre sí que la de dos personas de clases sociales distintas” (Kotler, 1997:128). Un aspecto a destacar con respecto a la cultura son las creencias y los valores, que son imágenes mentales que influyen en actitudes concretas. También influyen las costumbres que son normas de comportamiento usualmente aceptadas dentro de un grupo. Pero, las subculturas son diferenciadas del resto de la sociedad, aun cuando participen en actividades comunes. El tercer factor que plantea el autor es el social, está compuesto por grupos de referencia, tales como la familia, los amigos, vecinos, compañeros de trabajo, grupos religiosos o profesionales. Estos grupos suelen tener influencia en las decisiones y comportamientos; “cuanto más cohesionado esté un grupo, tanto más eficaz será su proceso comunicativo y, por lo tanto, mayor será su efecto sobre los individuos que lo integran” (*Ibíd*:129). Los líderes de opinión ejercen fuerte influencia en los consumidores, se puede encontrar en cualquier estrato social y mientras “más valore una persona al líder de opinión más influencia tendrá la opinión de este en la elección que haga la persona” (*Ibíd*:133). Mientras que las tendencias a la innovación, son las personas arriesgadas, dispuestas a probar y conocer cosas nuevas, asistir a teatros recién inaugurados y apoyar a grupos emergentes por ejemplo.

En cuarto lugar, se encuentra los factores psicológicos, que involucran a la personalidad, creencias, actitudes y motivación. La personalidad, es el conjunto de rasgos descriptivos que configuran la manera de ser de una

persona, “la confianza en uno mismo, el dominio, la autonomía, el respeto, la sociabilidad y adaptabilidad... una persona puede experimentar, transformaciones o evoluciones psicológicas durante las cuales cambien sus necesidades o gustos” (Kotler, 1997:133) y finalmente, se encuentra el gusto. Pero ¿qué es el gusto? “Es la facultad de discernir características o cualidades de objetos y fenómenos. Más específicamente, es la ventana de descubrir con sutileza y rapidez la medida del placer que cada cosa deber dar a los hombres” (Coelho, 2009:159). Philip, considera que en el caso de la personalidad, “los factores que motivan a alguien a comprar una entrada para una obra, o a no hacerlo, a veces opera a un nivel subconsciente o no intencional” (Kotler, 1997:128). Aparentemente la personalidad obedece al modelo “*pensar-sentir-hacer*” de comportamiento del consumidor (Ray, 1973:45-117), puesto que influyen en las emociones. Los publicistas a través de este modelo, “intentan provocar sentimientos o estados de ánimo que propicien asociaciones mentales positivas respecto a la organización cultural” (Kotler, 1997:134).

Otro factor que se encuentra muy ligado al aspecto psicológico son las motivaciones, definidas como la búsqueda de la satisfacción de la necesidad. Algunas son “biogénicas, fruto de estados psicológicos de tensión como el hambre, la sed o la incomodidad; y otras son psicogénicas, como la necesidad de reconocimiento, estimación o pertenencia” (*Ibid*:136). Para explicar los comportamientos del consumidor, Francois Colbert y Manuel Cuadrado, plantean que el individuo se encuentra envuelto en un conjunto elementos que lo impulsan al proceso de decisión, tal es el caso de la implicación, que es el “sentimiento de importancia o interés personal asociado con el producto en una situación determinada” (Colbert y Cuadrado, 2006:99), básicamente es la importancia que tiene el producto cultural para una persona. Pero también el proceso de decisión se puede ver empañado por el riesgo económico; para muchos consumidores, “cuanto más caro es el producto, más complicado resulta el proceso de decisión” (*Ibid*:99), el riesgo económico está ligado por la posición económica o nivel de ingresos del consumidor. Cuando las personas dependen de sus propios ingresos y su capacidad de endeudamiento, es posible que el consumidor se limite o no a adquirir un bien o servicio cultural

Por otro lado, se encuentra la experiencia, “a mayor experiencia, más corto será el proceso de decisión” (Colbert y Cuadrado, 2006), esto significa que si un individuo conoce la trayectoria de una agrupación, sabe de antemano que el producto ofrecido siempre será de calidad. Pero si es caso contrario, todas las referencias personales que tengamos del grupo serán negativas; lamentablemente, en el caso del teatro y de otros productos culturales, no se permite probar el producto antes de la compra, por lo que siempre el consumidor estará expuesto a un riesgo funcional, pese a ello siempre estamos en la búsqueda de obtener beneficios. ¿Qué tipo de beneficios? Steinberg y otros (1982), afirman que los principales beneficios de las artes escénicas, incluyen “enriquecimiento cultural, animación, aprobación de compañeros, excitación, entretenimiento, formación, prestigio social y desarrollo infantil”.

Por último se encuentra los factores personales como la profesión. Según Kotler, los grupos ocupacionales muestran interés hacia un arte superior en relación a las personas que no tiene una profesión. Estilos de vida: aunque personas pertenezcan a la misma clase social, profesión o situación económica, es posible que tenga estilos de vida diferentes y por ende, sus intereses, actividades y opiniones tienden a ser diferentes. La familia: aunque este renglón forma parte de los grupos de referencia, constituye el bien más influyente a la hora de moldear el comportamiento de un consumidor, puede estar relacionada con la educación artística durante la infancia de una persona. Etapa del ciclo vital: según un estudio realizado por Belk y Andreasen (1982) sobre los efectos de los ciclos vitales familiares en la asistencia a los acontecimientos artísticos determinaron que los solteros, de menos de 41 años, sin hijos, son los que más frecuentan los teatros, mientras que los casados con hijos menores de 0 a 6 años, tienen menor frecuencia. Tal como se puede observar, el consumo de actividades de teatrales, no depende únicamente de factores económicos con se suele creer, influye además el interés, el sentido de pertenencia, la distancia entre el recinto cultural y el hogar, muchos de los factores planteados por Kotler. Todos estos permitirán analizar a detalle el consumo cultural del público femenino en algunas salas de teatro en la ciudad de Caracas.

3. MOTIVACIONES DEL PÚBLICO FEMENINO CARAQUEÑO

La cartelera teatral caraqueña incluyó varios eventos teatrales importantes: La tercera edición del Festival de Teatro de Caracas; el circuito teatral de Caracas; el primer Festival de Teatro Contemporáneo Estadounidense; el XXII Festival de Teatro Interclubes; I Festival de Teatro Penitenciario “Hugo Chávez 2014”; los dos Festivales de Teatro Breve (Teatro en ¼); la segunda edición del Festival El piquete, en la caja de fósforo, además de la habitual programación de las salas. El teatro comercial, prevaleció en la cartelera teatral para el público femenino durante el 2014, sin embargo, esto no significa que las preferencias estén orientadas a este género teatral². Ante la diversidad de opciones teatrales que presentó la cartelera durante el año 2014, nos preguntamos ¿Qué busca el público femenino en el teatro? ¿Los cuerpos desnudos como parte de la publicidad atraen mayor número de asistentes al teatro? ¿Qué está motivando a las mujeres de la ciudad de Caracas a asistir a una obra teatral?

La población del estudio estuvo conformada por mujeres con edades comprendidas entre 25 y más de 65 años de edad, habitantes de la ciudad de Caracas. Para la aplicación de las encuestas se tomó una muestra de 100 sujetos, residenciadas entre los municipios: Libertador, Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre. Así mismo se seleccionaron de forma aleatoria los siguientes teatros: **Teatros públicos:** Teatro Catia, Teatro Nacional, la Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos (CELARG). **Teatros privados:** Centro Cultural Trasnocho y Teatro Santa Fe. **Teatros Alternativos:** Río Teatro Caribe, Plaza Juan Pedro López del Banco Central de Venezuela, Caja de Fósforos.

Las mujeres “constituyen el grupo consumidor más importante, numeroso, polimorfo y activo desde el punto de vista de los intereses del mercado” (Walzer y Lomas, 2006), representan el 51% del mercado y realizan el

² Obras teatrales como: “*Sólo para ellas*” escrita por Gennys Pérez, presentada en el Centro Comercial San Ignacio Ganadero Grill (Roof Bar) (mayo). “*Mujeres infieles*” de Enrique Salas, en el Urban Cuplé (agosto), “*No eres tú soy yo!*” de Luis Fernández, se presentó a lo largo del año en diversos espacios, incluyendo el Hotel Embassy en el Rosal, Urban Cuplé y Centro Cultural BOD (meses: Febrero, Abril, Octubre y Noviembre). “*A mi gordo no me lo quita nadie*” de Luis Fernández en el Centro cultural BOD (abril). Entre otras.

80% de las compras. Por ello, conocer a las mujeres como espectadoras de teatro, comprender su forma de pensar, saber qué motiva sus decisiones de compra; son cuestiones fundamentales en las estrategias de marketing en las artes. Sin embargo, como todo grupo, es complejo, con diversidad de hábitos, gustos, preferencias, que están determinados por una gran cantidad de factores socioculturales, principalmente, las identidades femeninas o feminidades, se caracteriza por rasgos como la expresividad, la emotividad y una marcada orientación social.



Entendiendo que mujeres mezcla sus emociones con el proceso de compra, las estrategias de publicidad deberían estar dirigidas en función de los detalles, la cercanía, la calidez, la inclusión y precisión. Sin embargo, la publicidad de los espectáculos teatrales no está bajo estos criterios. Puesto que dirigen la mayor parte de la publicidad a lo que los publicistas consideran atractivo para las mujeres, en nuestro contexto. Caso muy

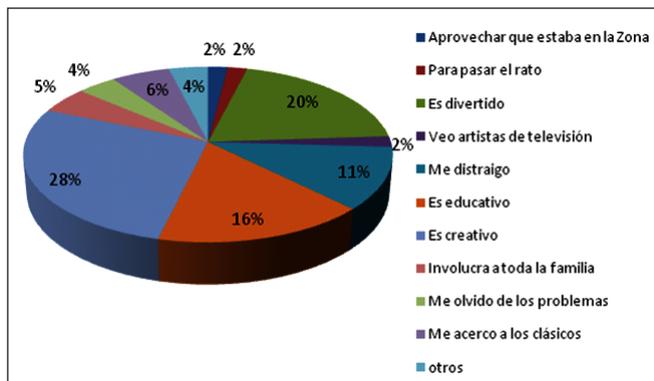
puntual, la obra teatral “Solo para ellas”, presentada en Ganadero Grill, la mayor parte de la publicidad fue destinada a mostrar los cuerpos corpulentos de sus personajes como punto focal para atraer al público femenino, este caso en particular, dirigió su estrategia de marketing realizando descuentos de sus entradas en páginas como aprovecha.com y a las vez de promocionar la obra como parte de los atractivos de una despedida de soltera, para atraer a las consumidoras. Pero, tal publicidad no está asociada a sentimientos ni a vínculos de afinidad.

Es posible que bajo el *modelo pensar-sentir-hacer* que plantea Philip, las mujeres se sientan más identificadas hacia una publicidad que influya directamente en las emociones, puesto que los procesos de compras están directamente relacionados con la personalidad. Un 91% de las mujeres dice que los publicistas no las comprenden y, aún más, un 58% afirma sentirse contrariadas por los anuncios que pretenden ir dirigidos a ellas (Peters, s/f). Sin embargo, nuestro estudio determinó que las mujeres no consumen teatro por la publicidad que le ofrecen, sino por otro tipo de motivaciones. Según los datos obtenidos, un promedio del 3% de las mujeres escoge la

publicidad como criterio para ver una obra. Mientras que el tema de la obra y la trayectoria del director, ocupan los factores predominantes para la elección. En promedio, el 21% de las mujeres encuestadas, evalúa los beneficios y los riesgos funcionales, prefiriendo el tema como criterio principal para escoger una obra de teatro. En lo que respecta a las **salas alternativas**, se reagruparon los datos y a la vez se promedió a fin de determinar las motivaciones del público femenino en este tipo de salas. Lo que arrojó las siguientes motivaciones de las mujeres que asisten a los teatros alternativos: *creativo; divertido y educativo*, en ese orden. Cabe destacar que los ítems: *olvidarse de los problemas, involucrar a toda la familia, ver a artistas de televisión y pasar el rato*, ocupan los últimos puestos en porcentajes.

Gráfico N° 1

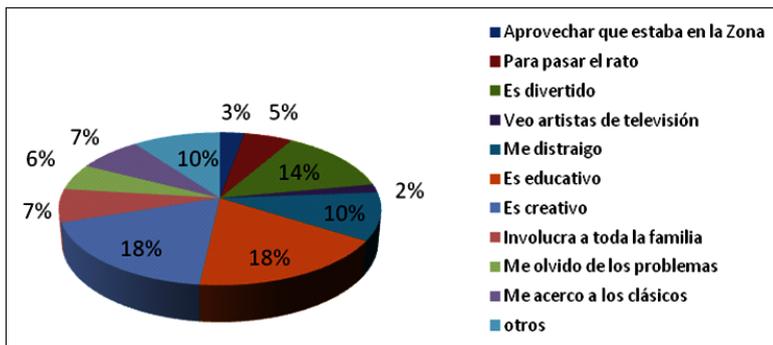
Motivaciones del público femenino. Teatros alternativos



Fuente: *Más allá de las butacas, Consumo cultural del público teatral femenino en Caracas (2014).*

Entre las **motivaciones de las mujeres que asistieron a los teatros públicos** tenemos: *creativo, educativo y divertido*. Claramente se observa que las motivaciones coinciden con las expuestas en los teatros alternativos, donde las opciones: *olvidarse de los problemas, involucrar a toda la familia, ver a artistas de televisión y pasar el rato*, permanecen como las menos motivantes. Sin embargo es importante conocer las pertenecientes a las salas privadas.

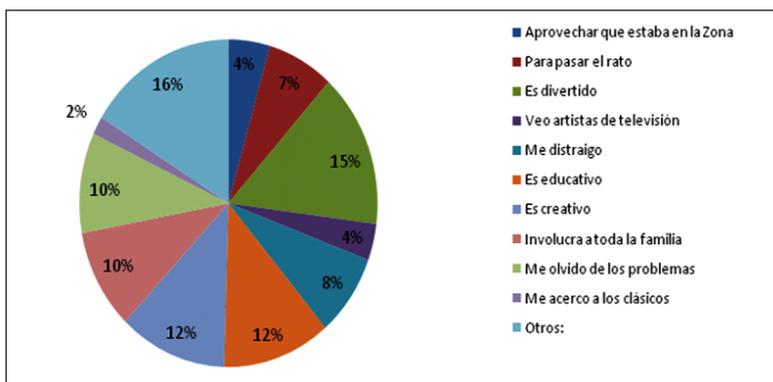
Gráfico N° 2
Motivaciones del público femenino. Teatros públicos



Fuente: *Más allá de las butacas, Consumo cultural del público teatral femenino en Caracas (2014).*

En relación al promedio de **motivaciones en los teatros privados**: se observa con un 15% y ocupando el primer lugar: *es divertido*, el segundo puesto con los mismos porcentajes (12%) se encuentra: *es educativo y es creativo*; entonces se puede afirmar que las mujeres asistentes a las salas teatrales de Caracas consideran divertido, educativo y creativo las motivaciones principales para asistir a una obra de teatro.

Gráfico N° 3
Motivaciones del público femenino. Teatros privados

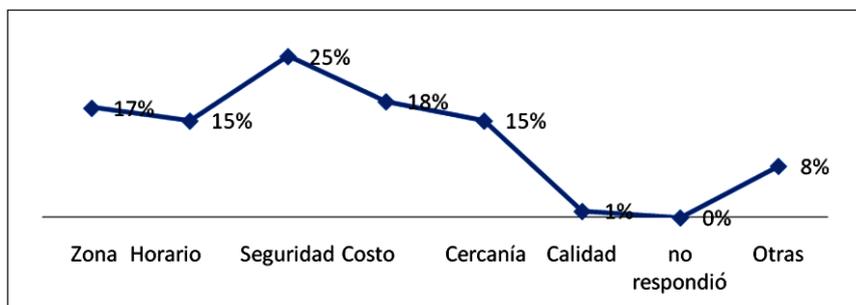


Fuente: *Más allá de las butacas, Consumo cultural del público teatral femenino en Caracas (2014).*

La categoría *ver artistas de televisión*, ocupó el último puesto, es decir, que el teatro comercial, caracterizado por tener artistas de televisión, no se encuentra entre las principales motivaciones para ir al teatro, por ende los productores teatrales, al colocar a un actor de trayectoria reconocida como protagonista de una obra; no les asegurará el éxito de taquilla. En este sentido, se debe planificar en función de satisfacer las motivaciones antes expuestas, tomando en cuenta los factores planteados por Kotler. Las características que definen el consumo de las mujeres en la ciudad de Caracas, son bastantes complejas, puesto que existen diversas razones que influyen directa o indirectamente en la decisión de asistir a una obra teatral; partiendo de esta idea, se presenta las características generales del consumidor femenino en la ciudad capital durante el último trimestre del 2014.

Entre los teatros más frecuentados: *Teatro Trasncho*, *Teresa Carreño* y *Teatro Nacional*, ocupando los tres primero lugares. Un dato importante a recalcar es que el 35% de las encuestadas en el teatro Santa fe, aseveraron que visitan regularmente al Teatro Nacional. Mientras que un 15% de las mujeres del Teatro Celarg, frecuentan el Teatro Trasncho, lo que indica, que una mujer asiste a una sala privada pero prefiere las salas públicas o que asiste a las públicas pero frecuenta las privadas. Aunque es cuestionable por los datos que presentó la siguiente interrogante: ¿por cuál de estas razones asistes al teatro? el mayor porcentaje (25%) estuvo dirigido a *la seguridad*.

Gráfico N° 4
Razones por la que asiste al teatro



Fuente: *Más allá de las butacas, Consumo cultural del público teatral femenino en Caracas* (2014).

Sin embargo, algunas de las encuestadas aseguraron que todas las opciones se toman en cuenta a la hora de escoger una sala teatral, afirmaron que la seguridad es un factor fundamental, incluso una aseveró *“no me arriesgo a ir al teatro de Petare”*, refiriéndose a la inseguridad que presenta la zona. Por ello, no es de extrañar que el Teatro Trasnocho ocupe el primer lugar de los teatros más frecuentados, puesto que el mismo se encuentra ubicado dentro de un centro comercial. Aunque el Teatro Teresa Carreño y el Teatro Nacional, se encuentran dentro de los más frecuentados, existen opiniones diversas en cuanto su asistencia, un ejemplo claro fue una encuestada en el Teatro Santa Fe, quien ofreció romper la encuesta si se escribía su comentario: *“No voy al Teresa Carreño desde que lo usan para actividades políticas, no voy a salas públicas porque hay fotos de Chávez. Los chavistas son malos”* lo que demuestra que los factores macroambientales planteados por Kotler, puntualmente la fuerza política influye en el comportamiento de las consumidoras. En cuanto al aspecto económico, el público femenino considera que los costos de las obras de teatros a las que han asistido recientemente están bien, es decir, a buen precio. Sin embargo una minoría expresó que *“en el centro son económicas, pero en las privadas muy caras”* o *“algunas caras como en el CCCT”*, otras afirmaron que *“en momentos son caras y eso hace que la gente se aleje”*, *“la artes que se están promoviendo. Es accesible, antes era muy costoso, es bueno para que la gente se culturice”*.

Según los resultados obtenidos, las mujeres que asisten a las salas privadas invierten más en ver obras teatrales que el resto de los teatros. Sin embargo, promediando los teatros públicos, privados y alternativos un 18% de la población no invierte para ir a ver obras teatrales, ya que muchas son gratuitas, pero al preguntarles; ¿cuánto estarían dispuestas a invertir en la compra de una entrada?, un 35% considera entre 101Bs. a 300Bs. seguido de un 28%, 301Bs. a 500Bs. Una encuestada afirmó *“nada... hay que adaptarse al bolsillo... es mi realidad”*. Aunque, algunas damas manifestaron no tener fuente de ingresos y no están dispuestas a invertir en cultura, otra afirmó: *“el teatro debería ser gratis como en las grandes ciudades, que sea el Estado que pague por ellas”*, haciendo referencia al costo de las entradas. Por otro lado, las encuestadas consideraron que un estacionamiento, vigilancia privada, cafetería, y vigilancia pública, se encuentran en los servicios indispensables que debe poseer una sala, pero además alegaron la importancia de baños

limpios, butacas cómodas, horario de las cafeterías que se adapten a la programación de la sala y asientos de espera en el lobby fueron otros de los servicios que destacaron. Entre las actividades que realizan en su tiempo libre ir al teatro ocupa el primer lugar, sin embargo está casi a la par de ver televisión, ir al cine, leer y revisar correos electrónicos, internet o redes sociales, todas con un 10%.

CONCLUSIÓN

La cultura se caracteriza por el modo de vida de una comunidad y por ende su consumo. Y esta no es más que los procesos de apropiación y uso de los productos. Pero para que exista un consumo cultural, es necesario que haya una industria que produzca bienes y servicios; y el teatro es una industria, porque produce espectáculos escénicos y el público compra la entrada para su disfrute, es decir, el teatro no puede ser visto sólo como un instrumento de libre expresión y del conocimiento, sino como un producto permutable por dinero y consumible como cualquier otro producto; fue creado para el disfrute y consumo de la cultura; y para generar servicios culturales intercambiables por dinero, los cuales pueden ser consumidos individual o colectivamente. Entonces el público, es la razón de ser de cada espectáculo y quien genera los resultados económicos. En Caracas, este público es en su mayoría mujeres, que han tenido un mayor acercamiento, desde la niñez, hacia las artes escénicas, básicamente porque sus padres las llevaban en su infancia, evidenciando que es un grupo consumidor importante y numeroso.

Pero a la vez existen diversas razones por las cuales ésta mujer, decide entre tantas opciones de entretenimiento en la ciudad capital, asistir a ver una obra teatral; que está muy relacionado con sus motivaciones, y la influencia que ejerce su entorno para la toma de decisiones. Entre los factores que se destacan se encuentran los macroambientales, como la economía o nivel de ingresos que puede influir en la elección de una pieza teatral, así como factores culturales y psicológicos, creencias, valores y personalidad; estimulan el proceso de compra en la mujer. Sin dejar a un lado que el público femenino de la ciudad de Caracas analiza los posibles beneficios buscados a través de la indagación de la pieza artística, prefiriendo “*el tema de la obra*” como criterio principal para consumir cultura, específicamente teatro.

El año 2014, evidenció la incorporación de diversas clases sociales a espacios culturales que antes parecían pertenecer a la élite capitalina, sin embargo las mujeres profesiones con ingresos superiores a los Bs.12.000, encabezan las filas de las taquillas teatrales en Caracas, específicamente en las salas privadas. Confirmando lo planteado con Cuadrado y Bereguer, cuando aseveran que la mayoría de las consumidoras de espectáculos teatrales se caracterizan por poseer un elevado nivel educativo. Además, este grupo importante de mujeres, están dispuestas a invertir en la espectáculos de calidad, aun cuando una minoría expresan que las obras deberían ser gratuitas.

El estudio demostró, que las mujeres que asisten regularmente al teatro, se caracterizan por ser solteras, con edades comprendidas de 25 a 34 años, universitarias, con poder adquisitivo medio y con vehículos propios. Quienes a la vez, utilizan el teatro como una forma de integración social en un grupo de amistades de una o dos personas menores de 50 años. Asegurando lo expuesto en el modelo 4, planteado por Canclini, cuando menciona que el *consumo es un sistema de integración y comunicación, considerándolo un elemento unificador*; lo que evidencia que el teatro es el campo o lugar donde se unen los grupos sociales con características similares o diferentes, para el desarrollo de la práctica social. Además este grupo de mujeres prefieren las salas que les brinden la mayor seguridad como el Teatro Trasncho; ven el teatro no como una actividad de recreación y esparcimiento, sino como una actividad educativa y creativa. Son mujeres que invierten su tiempo libre en interactuar en la web con redes sociales, van al cine, ven televisión y tiene hábitos de lectura.

Entonces, si es un grupo tan importante, que asiste con regularidad al teatro, puesto que se encuentra dentro de sus primeras actividades realizadas en el tiempo libre. Y a partir de los resultados obtenidos en esta investigación, se recomienda: realizar encuestas nacionales de consumo cultural, esto nos permitirá obtener información sobre los gastos realizados por los integrantes de los hogares en el ámbito cultural para cuantificar los aspectos económicos asociados a la cultura, además conocer las prácticas y hábitos de consumos, y con ello elaborar políticas culturales dirigidas al fortalecimiento del teatro y las artes escénicas en general. Como parte de estas políticas, es pertinente la creación de un Observatorio Nacional de Teatro que

registre la actividad desplegada por todos los agentes y actores que se desempeñan en las artes escénicas y que den cuenta de ingresos a salas, inversiones e ingresos para el Producto Interno Bruto, captar nuevos públicos, que entiendan la dinámica actual del sector cultural. De igual forma es oportuno crear un sistema de información cultural de libre acceso que genere, registre, procese y almacene datos de encuestas nacionales de cultura, que no sean un simple depósito de información, sino que cuantifiquen y midan no sólo fenómenos culturales sino además económicos. En resumen, es necesario saber que el teatro, al igual que otras industrias creativas, puede convertirse en un campo para el desarrollo socioeconómico en Caracas, campo que aún se encuentra virgen, por ser explorado económicamente y que bajo ciertos criterios del marketing puede cambiar el rumbo y transformarse en lo que podría llamarse el renacimiento del teatro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMANZA, Verónica

(2005) *Los estudios sobre el consumo cultural: algunas observaciones metodológicas*. [En línea]. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n47/valmanza.html>

BARBERO, Jesús Martín

(1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.

(1991) *Recepción: uso de medios y consumo cultural en: Diálogos de la comunicación*, No. 30, FELAFACS, Lima.

BELK, Russell W. y ANDREASEN, Alan.

(1982) *The effects of family life Cycle on Arts Patronage*, Journal of cultural Economics, dic. 1982, pp. 25-35

CASTRO, Carmen

(2006) *1º Encontro da Ulepicc-Brasil" Economia Política Da Comunicação: Interfaces Sociais E Acadêmicas Do Brasil*.

CENTRO NACIONAL DEL LIBRO

(2010) *Informe estadístico*. Observatorio de indicadores de libros y la lectura. Evaluación 6ta Feria Internacional del Libro de Venezuela. (Ministerio del Poder Popular para la cultura 2010).

COLBERT, Francois y CUADRADO, Manuel

(2006) *Marketing de las artes y la cultura*. 2ª edición. Ariel Patrimonio. Barcelona-España.

CUADRADO, Manuel y BEREGUER Contri Gloria (S/F) *El comportamiento del consumidor de actividades culturales en vivo*. [citado el 20 de enero de 2014]: Disponible en: http://elmuro.es/descargas/comport_%20consum.pdf

DE LEÓN, Marisa

(2009) *Espectáculos escénicos producción y difusión*. México: Fondo Nacional para las culturas y las artes.

DEPARTMENT OF CULTURE, MEDIA AND SPORT (DCMS).

(2002) En Terry Flew. *Beyond ad hocery: Defining Creative Industries*. (Nueva Zelanda: 23-26 January 2002. The Second International Conference on Cultural Policy Research, Te Papa).

ECCLES, Jerey

(1993) Focusing on the Audience, Intenacional Art Manager. Australian opera. pp 21-22

GARCÍA CANCLINI, Néstor

(1995) El consumo sirve para pensar. En *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México.

GÓMEZ, Luis Miguel

(2006) *Teatro para una guerra [1936-1939]* (España: Centro de documentación teatral del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música. 2006).

HERRERA, Carlos

(2013) "Programar Y Exhibir". *Bitácora crítica* (Jul. 22, 2013 [citado el 20 de enero de 2014]): disponible en: <http://bitacoracritica.blogspot.com/2013/07/programar-y-exhibir.html>

KOTLER, Philip y SCHEFF, Joanne

(1997) *Marketing De Las Artes Escénicas*. Madrid: Fundación autor.

J.L.F.

(2013) *Encuesta de consumo cultural: aumenta asistencia al cine y disminuye a teatro, danza y conciertos*. Latercera.com (Nov. 26, 2013 [citado el 20 de enero de 2014]): disponible en: <http://www.latercera.com/noticia/cultura/2013/11/1453-553545-9-encuesta-de-consumo-cultural-aumenta-asistencia-al-cine-y-disminuye-a-teatro.shtml>

JAROSLAVSKY, Sonia

(2008) *Consumo cultural hoy y formación de público para el teatro independiente*. Reportaje a Marcelo Urresti. [En línea]. Disponible en: <http://www.alternativateatral.com/nota299-consumo-cultural-hoy-y-formacion-de-publico-para-el-teatro-independiente>

MEYER, José Antonio

(2004) *Cultura mediática y audiencias Regionales: El Consumo Cultural en la Ciudad de Puebla*. (México, servicio de Publicaciones Universidad de Puebla).

LUGO, Joaquín

(2013) *La escena teatral 2013*. Asociación Venezolana de Crítica Teatral [citado el 20 de enero de 2014]): Disponible en: http://avencrit.blogspot.com/2013_12_01_archive.html

STEINBERG M., G. Miaoulis y L. David

(1982) *Benefit segmentation Strategies for the performing Arts*, en *An Assesment of Marketing Thought and practice*. E. Walker. Serie n° 48.

PETERS, Tom

Resumen del libro *Re-imaginas. La excelencia empresarial en una era perturbadora*. Pearson Prentice Hall. [En línea] disponible en: <http://www.leadersummaries.com/ver-resumen/re-imagina>

PHILADELPHIA ARTS MARKET STUDY

(1989) Encargado por los Pew Charitable Trusts, elaborado por Ziff Marketing.

RAY, Michael L.

(1973) *Psychological Theories and interpretations of Learning* en Consumer Behavior. Theoretical Sources, ed. de S. Ward y T.S Robertson, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, p45-117

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

(2010) *Informe estudio consumo cultural* [citado 15 de Julio de 2014 en línea]. <http://www.scribd.com/doc/28464224/Informe-Estudio-Consumo-Cultural-2010>

VELÁSQUEZ, Ernesto Juan

(2011) *Espacio público y comunicación: estudios sobre el consumo cultural en Venezuela*. Trabajo de grado de Magister Scientiarum Comunicación Social Universidad Central de Venezuela. Caracas- Venezuela.

WALZER, Alejandra y LOMAS, Carlos

(2006) *Mujeres y publicidad: Del consumo de objetos a objetos del consumo*. Mujeres en la Red [citado el 16 de julio de 2014]: Disponible en: <http://www.mujiereenred.net/spip.php?article694>