

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). Director, Profesor Agregado e Investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la UCV. Representante del Área de Comunicación Social de los Postgrados de Facultad de Humanidades y Educación de la UCV (2012-actual). Director Editor del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. Diseño, Coordinación 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 21 libros. Responsable de diez proyectos financiados, tanto nacional como internacional, en los últimos seis años. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 61 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).

Correo electrónico: carloseguzman@cantv.net;
cguzmancardenas@gmail.com;

Twitter: @innovarium

Teléfono ININCO-UCV: +58 212 6050445

Telf. Oficina +58 212 3267370

Skipe: carlos.enrique.guzman.cardenas



©Fotógrafo Ernesto Morgado

Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y Perspectivas

*Economy and Cultural Politics
in Venezuela.
Reviewing and perspectives*

Recibido: 15 / 03 / 2013

Aceptado: 26 / 04 / 2013

© De conformidad por su autor 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 autor de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial Nº 4638 Extraordinario. 1º Octubre de 1993. Las fotos utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al **archivo fotográfico del Observatorio ININCO-UCV.**

RESUMEN

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas

Identificamos la producción del debate teórico técnico sobre las estadísticas e indicadores culturales en Venezuela y su contribución al estudio de la economía de la política cultural. Consideramos pertinente mencionar aquellas investigaciones, libros y documentos, tanto de carácter nacional como internacional, que en los últimos veinticinco años han tratado la temática de la economía de la cultura y las políticas culturales. Todo esto, con el propósito de aportar una visión diacrónica que pueda facilitar el trabajo de futuras investigaciones que se han de realizar en el país.

Descriptores: Creación / Cultura / Economía Creativa / Economía de la Cultura / Estadísticas Culturales / Industrias Creativas / Industrias Culturales / Inversión Cultural / Política / Políticas Culturales / Venezuela.

ABSTRACT

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economy and Cultural Politics in Venezuela. Reviewing and perspectives

We identify the technical production of the theoretical debate on cultural statistics and indicators in Venezuela and its contribution to the study of the economics of cultural policy. Consider pertinent to mention those investigations, books and documents, both national and international, in the last twenty five years have addressed the issue of cultural economics and cultural policies. All this, in order to provide a diachronic view to facilitate the work of future research to be undertaken in the country.

Key Words: Creation / Culture / Economy Creative / Cultural Economics / Statistics Cultural / Creative Industries / Cultural Industries / Investment Cultural / Political / Cultural Policy / Venezuela.

RÉSUMÉ

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economie et politique culturelle au Venezuela. Revoir et perspectives

Nous identifions la production technique du débat théorique sur les statistiques et indicateurs culturels au Venezuela et de sa contribution à l'étude de l'économie de la politique culturelle. Considérez pertinent de mentionner ces enquêtes, des livres et des documents, à la fois nationaux et internationaux, dans les vingt-cinq dernières années ont abordé la question de l'économie et les politiques culturelles. Tout cela, afin de fournir une vue diachronique pour faciliter le travail de recherche futures à mener dans le pays.

Mots clés: Création / Culture / Economie créative / Économie de la culture / Statistiques culturelle / Industries créatives / Industries culturelles / investissement en culture / Politique / Politique culturelle / Venezuela.

RESUMO

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS

Economia e Política Cultural na Venezuela. Revisão e perspectivas

Nós identificamos a produção técnica do debate teórico sobre estatísticas e indicadores culturais na Venezuela e sua contribuição para o estudo da economia da política cultural. Considerar pertinente mencionar as investigações, livros e documentos, nacionais e internacionais, nos últimos 25 anos têm abordado a questão da economia da cultura e políticas culturais. Tudo isso, a fim de fornecer uma visão diacrônica para facilitar o trabalho de pesquisas futuras a serem realizadas no país.

Palavras-chave: Criação / Cultura / Economia Criativa / Cultural Economia / Estatísticas Culturais / Creative Industries / Indústrias Culturais / Investimento Cultural / Política / Política Cultural / Venezuela.

Una de las tareas del intelectual consiste en el esfuerzo por romper con los estereotipos y las categorías reduccionistas que tan claramente limitan el pensamiento y la comunicación humanos. (...) Las culturas están demasiado entremezcladas, y sus contenidos e historias son demasiado interdependientes e híbridos, para someterlas a operaciones quirúrgicas que aislen oposiciones a gran escala, básicamente ideológicas... (...) Nada desfigura la actuación pública del intelectual tanto como el silencio oportunista y cauteloso, las fanfarronadas patrióticas, y el repudio retrospectivo y autodramatizador (2007: 13-14).

Edward W. Said (1935-2003). Activista palestino, crítico político, teórico literario y musical. Premio Príncipe de Asturias a la Concordia en 2002.

ECONOMÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO DISCIPLINA EN EL ININCO-UCV

La Línea de Investigación «*Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura*», SIPECC), que desarrollamos en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO-UCV) de la Universidad Central de Venezuela, pretende contribuir a llenar el vacío que en el pensamiento comunicacional venezolano, académico y universitario, existe tanto sobre la **Economía de la Comunicación y la Cultura** como de la **Economía de la Política Cultural**.



Es una aproximación sistemática y diacrónica en correspondencia con otras experiencias académicas internacionales (tales son los casos de IAMCR¹, ALAIC², ULEPICC³, ACEI⁴, INVECOM⁵), a las complejas relaciones de interdependencia que se establecen entre las redes selectivas de

¹ International Association for Media and Communication Research.

² Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

³ Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.

⁴ Association for Cultural Economics International.

⁵ Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación.

información y comunicación en Venezuela, en los diferentes aspectos políticos culturales, económicos y tecno-científicos, con particular acento en el **análisis crítico** de la dimensión cultural y las transformaciones globales que acompañan la actual emergencia de la denominada Sociedad de la Información y del Conocimiento (SIC), convirtiéndolas en un espacio para la *investigación inter y transdisciplinaria*.



Los temas que exploramos son: evaluación de las políticas culturales; hegemonía y producción simbólica subalterna; la aplicación de la economía a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales y comunicacionales; economía creativa; economía política de la comunicación; las características económicas de los bienes de producción cultural y comunicacional; determinación del impacto económico de la cultura y la comunicación; estadísticas e indicadores culturales; audiencias y hábitos de consumos culturales; estudios sobre las industrias culturales y creativas; los territorios y ciudades creativas, la innovación tecnológica; emprendimientos culturales y comunicacionales, el mercado del arte; derechos de autor y propiedad intelectual; las artes audiovisuales; la música, el sector editorial, el teatro, el patrimonio, los museos, el turismo cultural, entre otros. Ahora bien, estos temas que examinamos en la línea SIPECC del ININCO-UCV, comenzaron por hacerse visibles a partir de la necesidad de contar con *radiografías, diagnósticos o mapeos* de lo que significa el sector cultural y comunicacional de la economía venezolana, como consecuencia del impacto de las **industrias culturales⁶, creativas⁷ y de contenidos digitales**. De hecho, los estudios referidos a

⁶ La definición conceptual que realizan organismos internacionales con liderazgo en estos temas –como la UNESCO– ha evolucionado a lo largo del tiempo. En 1982 la UNESCO definía a las Industrias Culturales de esta manera: «Se estima, en general que existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales; es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural». Esa definición todavía era tributaria de una concepción que hacía eje en la distinción entre economía y cultura como campos separados, y en alguna medida también lo es de otra antigua separación: la de las bellas artes frente a la cultura de masas. Posteriormente se convino en asumir a las Industrias Culturales en su doble dimensión –cultural y económica– y así: «Todas las definiciones coinciden en considerar que se trata de

la dinámica económica de la cultura son relativamente recientes, sin embargo, a pesar de su escasez en los países latinoamericanos y en particular en el caso venezolano, los datos disponibles sugieren fuertemente que las industrias de contenido cultural y creativo (concepto más extendido para el propósito de este trabajo de investigación) constituyen sectores emergentes claves de los sistemas económicos contemporáneos. Derivado de lo anterior, desde principios del año 2000, se comenzó a examinar y evaluar, como línea estratégica de conocimiento, en el ININCO-UCV, el avance disciplinario de la Economía de la Comunicación y la Cultura para la formulación de **Agendas de Políticas Públicas Culturales**. Las áreas de análisis más frecuentes en Economía de la Cultura serán:

aqueellos sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. (...) las industrias culturales incluyen la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. Ciertos países extienden este concepto a la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural. Las industrias culturales aportan un valor añadido a los contenidos al mismo tiempo que construyen y difunden valores culturales de interés individual y colectivo. Resultan esenciales para promover y difundir la diversidad cultural así como para democratizar el acceso a la cultura y, además, conocen altos índices de creación de empleo y riqueza. Abocadas a fomentar y apoyar la creación, que constituye su fundamental 'materia prima', pero también a innovar, en términos de producción y distribución, la indisoluble dualidad cultural y económica de estas industrias constituyen su principal carácter distintivo» (UNESCO / CERLALC. 2002: 11-12). La UNESCO define a las industrias culturales: (...) «como aquéllas que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza. Estos contenidos están protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma de bien o servicio. Son industrias trabajo y conocimiento-intensivas y nutren la creatividad a la vez que incentivan la innovación en los procesos de producción y de comercialización» (UNESCO, 2000). En el informe realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), titulado: «*Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*», optarán por referirse: (...) «a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor. Los bienes y servicios culturales son aquellos cuyo valor económico primario deriva de su valor cultural (O'Connor, 1999) y tienen el potencial para la creación de riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual. Esta definición se extrae de las de la UNESCO y GATT, que definen las industrias culturales principalmente como bienes y servicios protegidos por derechos de autor» (QUARTESAN, Alessandra; Mónica ROMIS y Francesco LANZAFAME. 2007: 4). [cursillas de los autores].

⁷ El término de Industrias Creativas es relativamente nuevo. Existen definiciones divergentes en cuanto a los elementos que las constituyen y ambigüedades en sus diferencias con las

- el gasto tanto de los hogares venezolanos como unidad final de consumo, del Estado en sus distintos niveles de injerencia y del sector privado;
- el empleo directo e indirecto que genera la actividad cultural en las fases de producción o creación, distribución, difusión o comercialización, consumo y preservación en el mercado nacional e internacional de productos, bienes y servicios culturales;
- el aporte al producto interno bruto (PIB) de las actividades culturales y comunicacionales;
- la relación de las actividades culturales como actividades económicas con otras áreas de la economía nacional.

Con todo, la importancia de la cultura y la creación como sectores propios de las actuales economías latinoamericanas no se corresponde ni con el estado de la investigación empírica –todavía muy escaso– ni con la información disponible, que suele revelarse insuficiente para completar mapeos mínimamente rigurosos. En Venezuela, algunos estudios modestos (véase, al final del artículo, recomendaciones bibliográficas) han sido el inicio por contribuir al reconocimiento de la importancia que el conocimiento del **volumen económico de las industrias y actividades relacionadas con la comunicación y la cultura**, tiene respecto de las políticas públicas. No obstante, es necesario reiterar que **en el país no existe un Sistema de Cuentas en el sector de la comunicación y de la cultura**, por lo que se hace necesario llevar a cabo pesquisas, desde la perspectiva de la SIPECC, que proporcionen datos para identificar dichas relaciones. La falta de estudios y de análisis del sector cultural-creativo en Venezuela se debe, en buena parte, a

industrias culturales. Lo cierto, es que a finales de los años noventa era utilizado como sinónimo de industrias culturales. Sin embargo, se diferencian del contexto en que emergen. A partir de 1995, Industrias Creativas y Economía Creativa pasarán a ser demarcaciones utilizadas principalmente en los textos sobre políticas públicas de desarrollo y en las investigaciones académicas sobre economías regionales. Existen conceptos próximos a las industrias creativas, tales como: industrias del entretenimiento, industrias de contenido, industrias culturales, industrias de contenido digital, industrias de la experiencia e industrias de copyright. Consultar, GHELFI, Donna (2006) *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

la escasez de datos y estadísticas en el ámbito cultural, y este hecho también dificulta la evaluación pormenorizada de su funcionamiento así como la actuación de los agentes que la componen. Esta inopia de datos es más apremiante cuanto más desagregada queremos la información, sobre todo, cuando es necesario tener indicadores líderes no sólo de la oferta cultural sino de la demanda y el consumo cultural del venezolano.

Difícilmente pueda catalogarse una casualidad que países de elevado crecimiento económico y bienestar, se caractericen por una alta participación del sector cultural-creativo dentro del conjunto de la producción de todos los bienes y servicios agregados a través de la actividad económica. En tal sentido, Venezuela y en general todos los países con severas dificultades para alcanzar un mejor desempeño económico y social, deberán realizar un esfuerzo por:

- a. **Evaluar las actividades culturales y comunicacionales como eslabón de la cadena de valores agregados**, a través de la generación de indicadores que permitan su análisis de una forma global y comparativamente con otros sectores y actividades económicas; y
- b. **Valorar la producción, distribución y consumo de los principales bienes y servicios**; tales como edición de libros, periódicos y revistas, materiales grabados, publicidad, radio y televisión, actividades teatrales, cine, películas y videocintas, entre otras.

En consecuencia, el desconocimiento del sector cultural-creativo condiciona los enfoques y contenidos de posibles estudios sobre el comportamiento económico comunicacional y cultural del país, aconsejando una visión de conjunto. La precariedad de los datos, la dispersión y las diferencias de calidad de las fuentes y la propia heterogeneidad del sector dificultan el análisis, obligando a tratar las distintas actividades culturales de forma muy desigual o a prescindir de algunas que hubiesen sido de indudable interés. En Iberoamérica, entre tanto, desde finales de la década de los noventa, se comienzan a realizar estudios sistemáticos y con regularidad asociados a esta área de conocimiento, desde distintos enfoques que van de la *Economía de Cultura*, *Economía de la Comunicación*, *Economía Política de la Comunicación y la Cultura* hasta más reciente *Economía Creativa*. Así tenemos a manera de ejemplo, los autores que se mencionan a continuación:

Lluís Bonet, Enrique Bustamante, Ramón Zallo, Ángel Badillo, Víctor Fernández Blanco, M^a Isabel García García, Yolanda Fernández Fernández, José Luis Zofío Prieto, Pau Rausell, Salvador Carrasco Arroyo, Luis César Herrero Prieto, José Ramón Lasuén Sancho, Francisco Sierra y Fernando Vicario Leal, entre otros por **España**; Helena Sousa, en **Portugal**; Octavio Getino, Guillermo Mastrini, Paulina Seivach, Héctor Esteban Schargorodsky, Martín Becerra y Luis Alfonso Albornoz, en **Argentina**; Eduardo López, Erick Torrico V. y Alejandra Baldividia R. en **Bolivia**; Enrique Sánchez Ruiz, Rodrigo Gómez García, Javier Esteinou Madrid y Ernesto Piedras Feria en **México**; Claudio Rama Vitale, Luis Stolovich, Graciela Lescano, José Maurelle, Rita Alonso, Rita Pessano y Hugo Achugar en **Uruguay**; Antônio Márcio Buainain, Sergio Medeiros Paulino de Carvalho, Enrique Saravia, José Alvaro Moisés, César Bolaño, Valério Brittos, Roberto Chacón de Albuquerque, Luiz Carlos Prestes Filho y Ana Carla Fonseca Reis por **Brasil**; Paulina Soto Labbé y Belfor Portilla Rodríguez en **Chile**; Santiago Niño Morales, Javier Machicado, Germán Rey y Omar López Olarte por **Colombia** y, en **Venezuela**, Tulio Hernández, Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, Daniel Hernández y Francisco A. Pellegrino.



Arriba. A la izq. Foto con **Luis Alfonso Albornoz**. A la der. Foto con **Ramón Zallo**.
Abajo. A la izq. Foto con **Ernesto Piedras Feria**. A la der. Foto con **Rodrigo Gómez García**.

Dicha preocupación por indagar las relaciones entre economía y cultura para el caso de los países latinoamericanos, se verá reflejada en algunos congresos, seminarios y estudios de carácter nacional que reconocerán las perspectivas de lo que significa el impacto de la cultura en la economía latinoamericana. A este respecto, en el caso venezolano, se destaca la creación del **Grupo de Trabajo (GT07) «Estudios Culturales y Economía de la Comunicación»** –2010 actual– por la **Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación (INVECOM)** como iniciativa de la línea SIPECC⁸ del ININCO-UCV, dirigido por el autor de este artículo.

Sin embargo, no será hasta el **2006**, cuando el país contará con el primer estudio (el único realizado hasta la fecha) correspondiente al Proyecto Economía & Cultura CONAC-CAB titulado: «*La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*»⁹, auspiciado por el Consejo Nacional de la Cultura (CONAC) y el Convenio Andrés Bello (CAB); coordinado por el autor de esta investigación con la participación de Yesenia Medina de Bonnin y Yolanda Quintero Aguilar, tendrá como objetivo *contribuir a la comprensión sistemática del complejo poliédrico cultural y comunicacional en Venezuela, analizando su impacto productivo y, considerando las características que adquiere como sector económico específico* al observar los aspectos del circuito cultural: producción, distribución y consumo. De igual modo, interpretar la dinámica de cada sector cultural, las interrelaciones y los retos que la sociedad de la información y del conocimiento plantea. Para tal fin, se propuso un marco conceptual de la ecuación economía y cultura en el cual se debería situar un análisis descriptivo y prospectivo de las Industrias Culturales y su impacto económico. Por otra parte, se desarrollaron aspectos metodológicos que permitieran identificar las actividades económicas características del sector cultural venezolano y hacer los respectivos cálculos macroeconómicos. Se analizó el comportamiento del **PIB cultural** en la

⁸ Anterior denominación Grupo de Trabajo: «Sociedad de la Información, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura» (2008-2009).

⁹ GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (coordinador), Yesenia MEDINA y Yolanda QUINTERO AGUILAR (2006) *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá, Colombia. Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. 1ra. Edición. Colección Economía y Cultura N° 10.

economía venezolana y se describieron varios escenarios económicos. Pese a la ausencia de estadísticas culturales, se presenta una visión general y objetiva de la situación actual de las principales industrias culturales y comunicacionales. Por último, se proponen algunas recomendaciones de políticas públicas en el sector cultural venezolano.

Como referencia histórica, podemos decir que en Venezuela, los estudios iniciales estarán enfocados a la **Economía de los Medios de Comunicación**, destacando las investigaciones pioneras realizadas por el profesor **Gustavo Hernández Díaz**¹⁰, **Ex Director del ININCO (2005-2012)** publicadas en la *Revista Comunicación Estudios Venezolanos de Comunicación* del Centro Gumilla y en el *Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación* de la Universidad Central de Venezuela. De igual modo debemos subrayar las pesquisas académicas sobre la televisión, la radio, el cine y la prensa realizadas por Antonio Pasquali, Héctor Mujica, Oswaldo Capriles Arias, Marta Colomina de Rivera, Elizabeth Safar Ganahl, Jesús María Aguirre, Doris Pachano Rivera, Evangelina García Prince, Lulú Giménez, Ángela Hernández, Tulio Hernández Cárdenas, Marcelino Bisbal, Andrés Cañizalez y Francisco A. Pellegrino.

En el caso particular del ININCO-UCV, desde su fundación en **1974**, con los trabajos de Antonio Pasquali, Oswaldo Capriles Arias, Elizabeth

¹⁰ Véase, HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo (1999) «Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 30-39; (1999a) «Recepción televisiva en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 58-63; (1997) «La radio en Venezuela para el año 1997». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 97. Primer Trimestre, pp. 63-67; (1994): «La Radiodifusión en Venezuela para el año 1994». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 6, pp. 153-168; (1993): «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 5, pp. 107-129; (1993a): «La radiodifusión en Venezuela para 1993». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 84. Cuarto Trimestre, pp. 9-11; (1992) «Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991». En: *Anuario 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, pp. 85-104.

Safar Ganahl, Daniel Hernández y Carlos Guzmán Cárdenas, se abrirá una línea histórica de pensamiento entre las dimensiones economía, comunicación y cultura. Pero, será desde comienzos del dos mil que se arraigará la Economía de la Cultura, como una sub-disciplina de investigación, docencia¹¹ en los Programas de Postgrados y extensión del ININCO-UCV, que tratará de aproximarse a los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. Originalmente los estudios e investigaciones sobre las relaciones entre economía de la cultura y políticas culturales, estarán dirigidos a temas como: el financiamiento y la inversión cultural, el otorgamiento de subsidios e incentivos fiscales para la gestión cultural, la participación del sector privado empresarial y el mecenazgo, la innovación y la competitividad, la protección social del trabajador cultural, economía del cine, entre otros.

Así tenemos que para finales de 2003, en el período de gestión del Prof. **Oscar Lucien Reyes, ExDirector del ININCO-UCV (2000-2005)** resaltará la publicación del texto de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas¹², titulado: *«Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano»*, que precisa algunos conceptos básicos sobre la relación entre economía y cultura en Venezuela. La línea de investigación Economía de la Comunicación y la Cultura, coordinada por el

¹¹ La asignatura «Economía de la Cultura y la Comunicación» se incorporara al Programa de Postgrado **Maestría en Gestión y Políticas Culturales** del ININCO-UCV, aprobada por el Consejo Consultivo Nacional de Postgrado y elevado a consideración del Consejo Nacional de Universidades (CNU) en fecha 11/03/2010, con informe favorable, recomendando la autorización del programa y publicado en Gaceta Oficial 39.487 (13 de agosto de 2010).

¹² GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos E. (2003) *Políticas y Economía de la cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela. Cuadernos ININCO 2. Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela. UCV. (2002) «Política y Economía de la Cultura en Venezuela». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 2. N° 14, diciembre, pp. 97-142; (2002a) «Política y economía de la Industria Audiovisual en Venezuela». En: *Encuadre. Revista de Cine y Medios Audiovisuales*. Caracas, Venezuela. N° 75, (segunda etapa), diciembre, pp. 35-38.

autor¹³ de este artículo tendrá entonces, en el ININCO-UCV¹⁴, entre sus temas más importantes, aspectos como: la intervención pública en la promoción y difusión de la cultura, el impacto económico de la cultura y la comunicación, el precio de los bienes artísticos, el funcionamiento de instituciones culturales como los museos, los teatros, las óperas etc., las carreras profesionales de los artistas, el comportamiento de las industrias culturales y creativas (música, audiovisual, edición de textos), la relación entre cultura y desarrollo, etc.

¹³ Véase, GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique (2005) «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: Cesar BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.) *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía, pp. 269-314; (2005c) «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela, Fundación BIGOTT / CAF; (2004b) «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre, pp. 74-87; (2001c) «Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela. Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre, pp. 86-101; (2000) «La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión». Caracas, Venezuela. Editorial Arte. 1ra. Edición. En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación BIGOTT y Fundación POLAR. *Cultura y Recuperación Nacional*. Memoria del Seminario, pp. 104-128.

¹⁴ Consultar como producción del autor en el Anuario ININCO: GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique (2009) «Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 21. N° 1, junio, pp. 117-173; (2008) «La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 20. N° 1, junio, pp. 209-262; (2007) «La innovación tecnológica en la industria cinematográfica iberoamericana. Estudio Delphi 2006-2010». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 19. N° 2, diciembre, pp. 107-162; (2006b) «La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 18. N° 1, junio, pp. 57-118; (2005a) «Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 191-216; (2001)

LA PRODUCCIÓN DE ESTADÍSTICAS CULTURALES EN VENEZUELA

Si decimos que la Economía de la Comunicación y la Cultura poseen en estos momentos una relevancia particular, debemos darle al debate teórico técnico sobre las **estadísticas e indicadores culturales en Venezuela** la misma notabilidad, pues obviamente forman parte y tiene implicaciones en ella, así como al estudio de la Economía de la Política Cultural. Es necesario insistir que al no contar Venezuela con un sistema de cuentas en el sector de la comunicación y de la cultura, se hace necesario llevar a cabo investigaciones sobre esta temática que proporcionen datos para identificar las diferencias en el consumo cultural del país.

En tal sentido, la línea de investigación SIPECC que desplegamos actualmente en el ININCO-UCV, procura evaluar en sus magnitudes transversales lo que ha sido el comportamiento económico-cultural del país 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 (MPPC), 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.



Teniendo en cuenta la diversidad del ecosistema cultural venezolano y la inexistencia total de cifras culturales originadas y procesadas por el actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura, que estén a disposición pública de actores culturales y fuerzas sociales, grupos, comunidades, sujetos sociales y población en general, una de las conclusiones relacionada con la obtención de estadísticas culturales en Venezuela y particularmente para la Economía de la Política Cultural, señala la evidencia de problemas serios, a saber:

«La Industria publicitaria en Venezuela 1996-1999». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 1. N° 13, pp. 215-262.

- Datos estadísticos incompletos e inadecuados.
- Ausencia de sistematización y organización de datos.
- La falta de datos relevantes a una escala geográfica apropiada. Los indicadores deben definirse considerando la variable territorial que permita un seguimiento adecuado espacialmente. En Venezuela, **no contamos con mapas o cartografías culturales**.
- Los retrasos en la publicación de las estadísticas, lo que dificulta la utilización de la información que suministran los indicadores para la toma de decisiones públicas en tiempo y forma.
- *Discontinuidad*: no existen información de series históricas, que permitan un análisis diacrónico de un determinado período.
- *Dispersión*: la información se localiza en diversas fuentes, ya sea de manera oficial o simplemente expuesta en medios no oficiales (revistas, periódicos, etc.).
- Información generalizada y, en algunas ocasiones, contradictorias.
- La ausencia de informes técnicos en relación con los requisitos de los programas culturales y medidas, lo suficientemente desglosados, lo que condiciona el alcance del seguimiento y, consecuentemente, de las evaluaciones realizadas.

Adicional, nos encontramos, que en el país no existen números desagregados relativos a las características generales de la extensión así como el volumen de las actividades económicas vinculadas con los sectores culturales y creativos nacionales; referentes a las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en general (*copyright industries*), las industrias culturales y comunicacionales y, en particular, sobre las industrias de la creación (*creative industries*), desconocidas e infraexplotadas por los poderes públicos. De igual modo, se omiten las actividades relacionadas con la pequeñas y medianas empresas culturales (Pymes), las empresas artesanales, el turismo cultural, la gastronomía, vestimenta y moda, fiestas y tradiciones, audiovisual y multimedia, contenidos digitales y la sociedad del conocimiento; sobre los agentes y organizaciones que participan en la cadena de valor (*creative chain*) de cada sub-sector de las industrias

culturales, creativas y de contenidos digitales así como su integración con los sectores productivos de cada país; desconocemos los canales alternativos de distribución y circulación que incorporen y valoren la creación y la producción local y, faciliten su acceso a mercados locales, regionales y mundiales, lo cual, en definitiva, dificulta trazar acciones concretas de fortalecimiento y modernización proclive al desarrollo de dichas industrias.

Por otra parte, en el caso de Venezuela –otra de sus conclusiones previas–, se mantiene una tradicional resistencia a la clasificación estadística y al rigor de las divisiones de la realidad, que la misma permite realizar –bajo el supuesto de una racionalidad tecnocrática y economicista– desconociéndose así el impacto poblacional de las actividades culturales, la estructura de la oferta y la demanda, el tipo de instituciones, instalaciones y equipos, recursos humanos, costos, inversión cultural central, estatal y municipal, beneficios de la acción cultural, entre otras.

Vale decir, que en Venezuela, en los últimos veinticinco años, aún no se ha desarrollado un **Ecosistema de Información Cultural Compleja (ESICC)**, más allá del tradicional sistema de información cultural, *que sirva para inventariar, organizar y sistematizar los recursos culturales (de políticas, investigación, conservación o asociativas) del país que se puedan cuantificar y encontrar disponibles, para establecer un «mapa cultural» de aprovechamiento, sub-utilización y escasez de la inversión, que debe conducir a la determinación de índices de desarrollo cultural (IDC) nacional, regional, estatal, municipal, parroquial y comunal de la relación entre oferta-demanda cultural así como del acceso (población atendida) a los bienes y servicios culturales.*

Se trataría de una Red basado en el concepto de «Sistema Distribuido de Información» para el intercambio de productos o servicios culturales (información interna) proyectando información hacia el entorno (información corporativa) de los actores del Sistema Nacional de Cultura (en adelante, SNC), que permita al país elaborar indicadores y construir estadísticas de cultura y comunicación, de forma confiable, periódica y oportuna; *desarrollar estrategias y mecanismos permanentes de monitoreo inteligente del Desarrollo Cultural en los ámbitos nacional, regional y local; crear espacios públicos de discusión en materia de organización y políticas culturales; así como generar herramientas para la difusión amplia y divulgación selectiva*

de información y conocimientos para los creadores, productores, gestores, intermediarios y comunidad general en su sentido más amplio, del complejo institucional cultural venezolano. En definitiva, generar un sistema de información se trata de construir un gran **Ecosistema** conformado por varios subsistemas cuyas áreas de impacto son distintas pero coinciden en algunos puntos:

- Un Subsistema de Información Cultural georeferenciado (sobre patrimonio material, inmaterial, bienes muebles e inmuebles, apoyos y estímulos, etc.).
- Un Subsistema de Estudios de Público.
- **Un Subsistema de Economía y Cultura.**
- Un Subsistema de Análisis de la Información para producir estadísticas e indicadores.

Así mismo, persiste la indefinición del término cultura que siempre ha acompañado las discusiones sobre estadística e indicadores culturales. La definición de cultura es el límite alrededor *de lo que es o debe medirse* por las estadísticas de la cultura. Los problemas con que se enfrenta la formalización de estadísticas culturales son diversos. Los sistemas de estadísticas económicas están sustentados en modelos teóricos muy desarrollados que permiten la definición y el acuerdo de los sistemas internacionales de medida. Pero no hay teorías generales culturales y de la creatividad donde integrar un sistema de estadísticas o de indicadores sociales. La cultura es un concepto abrumador. Ampliamente definido, la cultura puede incluir los sistemas económicos, los procesos y las ideologías políticas, las instituciones educativas, los programas sociales, el ambiente, sistemas tecnológicos, las prácticas recreativas, las actividades artísticas, industrias culturales y comunicacionales, las actividades espirituales y religiosas. Sin embargo, estas nociones de cultura son demasiadas extensas y existen desacuerdos conceptuales sobre los objetivos de la medición cultural¹⁵. En este sentido,

¹⁵ Al respecto, la UNESCO viene haciendo un esfuerzo, orientado a normalizar en este caso las estadísticas culturales internacionales. En su reciente Revisión del Marco de Referencia de las Estadísticas Culturales comenzó a incorporar en el análisis el concepto de Industrias Creativas, pero solo de manera tangencial y haciendo eje en lo cultural. Para mayor detalles, consultar, UNESCO (2009) *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*.

los indicadores culturales deben permitir el análisis de las políticas públicas, es decir, deben detectar los objetivos sobre los que actuar, proporcionar información y evaluar el impacto de su aplicación. Pero, por otro lado, no deben conducir las políticas culturales, sino proporcionar información al usuario, *sea éste especialista en la materia o no*.

En un diagnóstico preliminar, se puede concluir, que Venezuela no cuenta con una arquitectura para obtener información cultural de utilidad (*auditoria de la información cultural*), de manera sistemática (*inteligencia del entorno*), así como cuáles son los instrumentos para la localización y obtención de esa información (*cadena de valor de la información*), que sea fácil de entender (*visualización y usabilidad*), de manera que los poderes públicos como los agentes privados que intervienen en el sector cultural, creativo y comunicacional la puedan usar (*cultura de la información*).

Se hace improrrogable contar con un *proceso sistemático de búsqueda, selección, organización, depuración y presentación de la información cultural y comunicacional que apoyen la definición y evaluación de las políticas públicas*, para la resolución de problemas, aprendizaje dinámico, planificación estratégica y toma de decisiones. Un proceso que debe hacerse de manera metódica y que sería una plataforma conceptual, organizativa, informática y de redes de información para la gestión y definición de políticas públicas culturales en Venezuela.

Varios intentos por crear un Sistema de Estadísticas Culturales se han realizado, no obstante, a la fecha actual se evidencia una privación del mismo. Existen pocos, pero interesantes, estudios culturales realizados en años anteriores a la presente investigación sobre esta temática. Pero todos han concluido, en primer lugar, en la **exigua estimación y valoración estratégica de la función investigativa** para la Economía de la Política Cultural, como un elemento clave en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas culturales y, en segundo lugar, en las exigencias de *auditar* el estado actual de la **Gestión de Información relacionada con el Ecosistema**

Montreal, Quebec, Canada. Unesco Institute for Statistics (UIS). First Edition. (2007) *Draft. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, Canada. Unesco Institute for Statistics. First Edition. Ver, CARSON, Jamie (2001) *Culture Goods Trade Estimates: Methodology and Technical Notes*. Canada, Ottawa, Ontario. Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

Cultural venezolano así como *iniciar* algunos programas que serían soportes básicos para la planificación y definición de políticas culturales a través del tratamiento inteligente de la información del complejo institucional cultural venezolano, cuyos objetivos básicos serían:

- Poner a disposición de la sociedad venezolana, la comunidad científica, el sector privado empresarial y las administraciones públicas nacionales, estatales y municipales, **una base de informaciones y convencimiento común de las tendencias y previsiones de futuro** sobre la evolución de la cultura y, su impacto e influencia en el sector productivo y en la sociedad.
- Servir de **apoyo para la toma de decisiones de carácter estratégico**, tanto por las administraciones públicas como por el sector privado empresarial en temas en los que los aspectos culturales tengan una importancia evidente.

En cuanto a intentos institucionales académicos por generar estadísticas e indicadores culturales que proporcionen al Estado Venezolano un mayor conocimiento de la realidad cultural venezolana, se destacan tres **Anuarios Estadísticos Culturales** realizados por Carlos Guzmán Cárdenas, en el marco de la línea de investigación SIPECC, contando con el auspicio de la Fundación Polar:

- (2006) *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 287 págs.
- (2004) *Las cifras del libro y las bibliotecas en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 203 págs.
- (2004) *Las cifras del cine y el video en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela. Fundación POLAR. 95 págs.

El propósito fundamental de dichos Anuarios Estadísticos –esfuerzo editorial único realizado en el país hasta la fecha– fue establecer algunos

indicadores para el desarrollo del sector cultural y su impacto en la economía de Venezuela. Por otra parte, es bien conocido, que la delimitación de los campos y dominios asociados a lo cultural es compleja. De manera que se hizo referencia a indicadores y estadísticas culturales que permitieran tener una visión sobre el desempeño del país desde 1990-2003. Es importante insistir que en el caso de Venezuela, contar con la disponibilidad de estadísticas e indicadores sobre algunos sectores culturales es prácticamente inexistente; así que uno de los principales logros de estas publicaciones es haber recogido y procesado una data sobre el país cultural que tenemos.

Existe un relativo consenso entre los actores culturales del país sobre la utilidad y pertinencia de reunir y producir estadísticas culturales, es decir, datos cuantitativos y estadísticos que permitan la reflexión económica (sobre la magnitud de la producción y consumo culturales), y análisis de las políticas culturales así como el estudio a corto, mediano y largo plazo de la vida cultural. En otras palabras, el establecimiento de un **Sistema Nacional de Estadísticas Culturales** debe satisfacer diversos tipos de exigencias correspondientes a su vez a objetivos diferentes. En primer lugar, debe cumplir con objetivos generales consistentes en medir y analizar los pesos respectivos de la vida cultural en la dinámica del país y, el de la **economía de la cultura** en la economía nacional; por otra parte, debe permitir forjar instrumentos que concurran a la toma de decisiones, a la definición y evaluación de políticas.

ECONOMÍA DE LA POLÍTICA CULTURAL VENEZOLANA. REVISIÓN

Es indiscutible que una de las grandes debilidades en el proceso de planificación y toma de decisiones de la gestión cultural venezolana tiene que ver con la carencia de estadísticas e indicadores sobre la **inversión pública y privada cultural** que nos permitan apuntar hacia los objetivos últimos de las políticas públicas culturales que no pueden ser otros, que la *creación de oportunidades* para el desarrollo de la democracia cultural y, por ende, *el ejercicio de los derechos culturales y humanos* en general. Sentar las bases de un sistema semejante, con particular atención a la Economía de la Política Cultural, significaría en primer término proceder a investigaciones con miras a obtener una serie de indicadores, que proporcionarían una

imagen estadística de las grandes opciones del Estado Venezolano en materia cultural:

- Estimación de la inversión cultural del Estado en sus diferentes niveles, central, estatal y municipal;
- Porcentajes del gasto cultural total del Estado Venezolano en comparación al ingreso nacional;
- Porcentajes del Presupuesto del Ministerio del Poder Popular para la Cultura en relación con el Presupuesto Total, y en comparación al Presupuesto de los otros Ministerios;
- Porcentajes de la inversión cultural en el Presupuesto de cada uno de los estados;
- Distribución porcentual de la inversión cultural por área cultural (museos, auditivas, etc.), en el marco respectivamente del gasto cultural total y del gasto cultural estatal;
- Distribución porcentual de la inversión cultural por función cultural (fomento, investigación, formación, conservación, etc.) en el marco respectivamente del gasto cultural total y del gasto cultural estatal;
- Distribución del gasto cultural total por entidad federal y repartición del mismo entre el área metropolitana y la provincia. Aspectos que tratarán de ser abordados en el estudio que presentamos.

En segundo término, y esto constituye un objetivo teórico más ambicioso, emprender un análisis del **consumo cultural** entendido como: «*el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica*». Explorar, identificar y caracterizar los elementos y las relaciones que componen la estructura de consumo cultural que se está desarrollando en el país, mediante la cual se asocian o disocian los destinatarios/beneficiarios/usuarios de la oferta cultural en calidad de bienes y servicios, de acuerdo a las condiciones socioeconómicas y demográficas según el tipo de gustos, hábitos, frecuencias y tipos de

dominios culturales a fin de instrumentar los resultados en el diseño de la políticas públicas culturales.

Así tenemos, que el balance de las políticas públicas en materia de inversión cultural, en la primera década del siglo XXI venezolano, nos indica que **no se ha modificado el escenario dominante** de finales de la década de los noventa del siglo XX, como consecuencia:

- En primer lugar, de una concepción del desarrollo cultural sustancialista, tradicional y patrimonialista en contraposición a un marco conceptual de *equidad cultural que valora que la vida cultural es inherente al desarrollo de las capacidades y potencialidades humanas para la realización de la vida en sus diferentes etapas, que puede convertirse en un servicio público económicamente productivo, así como en un instrumento social de cambio, catalizador de la identidad e incluyente de la sociedad venezolana en su conjunto corrigiendo las desigualdades y compensando las asimetrías sociales* haciendo énfasis en la significación de valores culturales relacionados con sostenibilidad, preservación cultural, diversidad cultural, creatividad, solidaridad y derechos culturales.
- Y, en segundo término, como producto de una democratización difusionista-extensionista (masificación) con un fuerte desequilibrio asimétrico de los consumos culturales en el contexto venezolano de la pobreza y patrones socio-políticos excluyentes con retrocesos del proceso de la descentralización de los servicios públicos culturales de los estados y municipios en el ámbito de las comunidades y grupos vecinales organizados.

Por tanto, se ha hecho evidente, históricamente, la necesidad de transformar el financiamiento de la cultura a partir de un cambio cualitativo en la percepción de la misma. La clave del financiamiento de la cultura hay que cifrarla en la relación entre **redistribución de renta y retorno socio-económico** implicados en ésta. Claro que aún es preciso discernir cuál es la base filosófica que afronta la política cultural actual, a la hora de expandir los recursos de un servicio público reciente en una estructura de gasto público

atrapada en criterios de bienestar clásico. De igual modo, se constata la **falta de una mirada prospectiva** así como la desarticulación entre los problemas comunicacionales y culturales frente a los cambios que serían preciso operar en su seno como en el contenido de su acción. De esta suerte, en el caso de Venezuela, **el Estado mantiene una visión avejentada sobre los sub-dominios de nuestras industrias culturales y creativas** que suman la inmensa mayoría del peso económico de la cultura, *sin políticas, planes y proyectos* explícitos que derivan de la *libertad de creación cultural*, la *igualdad de oportunidades y diversidad* de nuestras identidades culturales, 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.

Sobre este particular, no bastaría entonces, contar con mecanismos políticos-administrativos para garantizar una gestión eficaz-eficiente en términos del Desarrollo Cultural Venezolano. Es imperativo tener una *percepción del presente*: ¿en dónde estamos? y al igual que una *percepción del futuro probable*: ¿para dónde vamos? y así de esta forma poder enfrentar el diseño y la construcción de un *futuro cultural deseable*: ¿hacia dónde queremos ir? y sus *respectivas estrategias de desarrollo*: ¿hacia dónde podemos ir? La disponibilidad de estas observaciones nos permitirían, por tanto, esbozar una guía estratégica en la definición de objetivos a mediano y largo plazo así como también la elaboración de **políticas culturales innovadoras** basadas en los problemas del desarrollo y los posibles comportamientos futuros, ya sean futuribles (posibles) o futurables (deseables).



Esta maniobra supone como bien lo expresó el Sociólogo y Crítico Cultural venezolano, Tulio Hernández (1992:2, **foto izquierda**).

(...) **lograr el reconocimiento de la cultura como un sector estratégico**; es decir, como un espacio de la vida colectiva que requiere de un tratamiento deferencial y específico dentro de la definición de los destinos nacionales. Y para lograrlo es necesario que los propios miembros del sector apunten a reconstituirlo y redefi-

nirlo dentro del pensamiento y la acción política. Lo que necesariamente implica, administrativa y conceptualmente, la re-unificación, la re-concentración de lo que hasta hoy se halla disperso: **incorporar arriesgadamente las industrias culturales**, articular la defensa y conservación del patrimonio, trabajar con y para la radiodifusión pública, y ajustarse a las nuevas estructuras y redes surgidas en las gobernaciones y las municipalidades como exigencia de los procesos de descentralización y transferencia de competencias [negrillas nuestras].

En tal sentido, es importante destacar en las discusiones del Sector Cultura, la necesidad de **una Prospectiva del Desarrollo Cultural Venezolano afín al fomento/difusión de un Sistema Nacional de Innovación Cultural, SNIC** (GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos: 1995), que permita la conjunción de capacidades y actores, agentes, fuerzas e instituciones distintas, tanto nacional, regionales y locales; públicos como privados, a través de relaciones fluidas y de mutuo intercambio, cuyo propósito sea la generación o mejoramiento de procesos, productos y sistemas de organización cultural para superar **el desarrollo asimétrico del consumo cultural venezolano**. De igual modo, para emprender con anticipación la gestación de un futuro cultural deseable concerniente a la re-valorización progresiva de los aportes de la cultura y su articulación con el desarrollo de la sociedad venezolana en su sentido más amplio, que se va (re)construyendo en interacción con referentes culturales globales que operan mediante la producción industrial de cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes.

Por otra parte, subrayando, la urgencia de revisar los enfoques paradigmáticos de gestión cultural –de pensamiento lineal y enclaustrante– casi siempre de una visión fundamentalista: una *política cultural gutemberguiana*, que han caracterizado los mecanismos, instrumentos y recursos financieros para operacionalizar la totalidad del proceso de planificación del Desarrollo Cultural Venezolano en los últimos veintiséis años. El **modelo cultural «civilizatorio»: «más cultura para todos», «la cultura es de todos» (masificación)**, trascendió a los ámbitos políticos, sociales y la comunidad cultural en su sentido más amplio, sin haberse generado oportunamente la búsqueda de una política centrada en *la cultura de*

*la convivencia*¹⁶ para reorientar el rumbo social del país, donde forme parte de un verdadero proyecto de desarrollo de la Democracia.

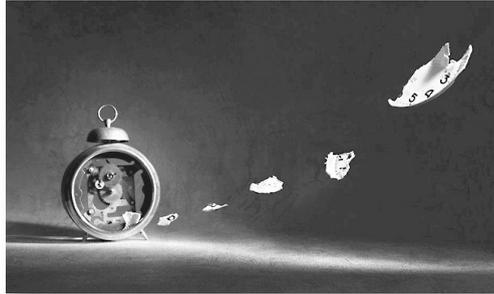
Detrás de esta investigación está la convicción de la importancia que tiene la construcción cultural de la ciudadanía y los ciudadanos, de igual modo que la democracia debe involucrar a la población en la participación política y en sus formas significativas de conciliaciones, consensos, transacciones, de cooperación y solidaridad necesarios para el despliegue de la vida cívica cultural; elementos básicos para el funcionamiento de una *cultura política democrática*¹⁷, e incluso para su sobrevivencia. Sin lugar a dudas, muchos conflictos, de diversa índole, se han acumulado en la gestión cultural pública de los últimos catorce años (1999-2013), pero los problemas culturales más agudos enmarcados en el desarrollo asimétrico del ecosistema cultural venezolano se han puesto en evidencia a partir de 1989 hasta al presente y respecto a los cuales se han adoptado políticas culturales más de carácter **operativo-programático**, que **estructurales-estratégicas**, que si bien no han producido una reducción de los gastos y las inversiones culturales, sino que por el contrario se han incrementado en los presupuestos nacionales, no obstante el desafío, en el mediano y largo plazo, de alcanzar un *desarrollo cualitativamente distinto* como sostén del sistema democrático, para generar y armonizar cambios en los valores sociales y culturales, ha sido obturado y excluido en la conciencia colectiva para transformar radicalmente las estrategias de desarrollo cultural y enfrentar los retos del siglo XXI.

¹⁶ En la democracia las decisiones políticas deben ser aceptadas por todos, deben efectuarse con el consentimiento del pueblo. El *consenso significa el acuerdo entre los miembros de una comunidad social*. El consenso es el medio aceptado por la democracia para dirimir las diferencias entre los grupos que intervienen en la definición de la esfera de la política. En él se sintetizan principios, valores y normas que sentarán las bases para concretar los fines y los medios de acción de una comunidad política. El consenso se difunde a través de mecanismos para la selección de líderes y para la representación de intereses, y opera a partir de la definición de los procedimientos para la toma de decisiones.

¹⁷ Aquella cultura política que es funcional para el establecimiento, vigencia, y subsistencia de un régimen democrático y lleva a los ciudadanos(as) a concebirse como miembros de la comunidad política y social en igualdad de condiciones ciudadanas, ejercer y hacer valer los derechos y obligaciones establecidas en la Constitución, derechos constitucionales, las garantías individuales y los derechos humanos de la sociedad, así como desarrollar el potencial para participar de manera corresponsable en los asuntos públicos para construir el bienestar colectivo.

PERSPECTIVAS DE ECONOMÍA Y POLÍTICA CULTURAL

Al respecto, la inversión pública cultural en términos nominales se ha intensificado; sin embargo, los reparos acerca del incremento nominal de las asignaciones presupuestarias en materia cultural que el Estado Venezolano ha dedicado en los últimos **veinti**



titrés años (1986-2009) se han visto mediatizados en términos reales por el fenómeno inflacionario de características estructurales que vive la nación desde 1972 hasta el presente. El crecimiento institucional de la inversión pública cultural consolidada desde 1965, cuando empezó a funcionar el INCIBA, hasta la formulación del presupuesto para el ejercicio fiscal 2010 (con el 0,50% del gasto cultural acordado, Sector 09.01) correspondiente al actual Ministerio del Poder Popular para la Cultura, ha estado signado por una progresión nominal tendencial cercana al **0,53% del total del presupuesto nacional**. Estas características en la composición institucional de los recursos financieros para el sector cultura y creativo también han respondido a una variación cronológica tendencial, mediadas por la depreciación inflacionaria desde 1989.

En consecuencia, es indispensable para la definición de las futuras políticas públicas culturales partir de una **hipótesis financiera apropiada** que asignen los recursos financieros que movilizarían las acciones concretas en el sector cultural y creativo venezolano. Se mantiene vigente el diagnóstico realizado en 1981 por el Despacho del Ministro de Estado para la Cultura, en donde se recomendaba en términos del Desarrollo Socio-Cultural, un mínimo de **2,5% del Presupuesto Nacional** a ser ejecutados durante un plazo acumulado de diez años, para asegurar cambios importantes en la vida social.

Por supuesto, el crecimiento financiero del sector cultural y creativo, no significa que el Estado Venezolano, en los últimos **catorce años (1999-2013)**, haya superado la *irracionalidad en la distribución de los recursos, la deficiencia estructural y operativa en su administración, la dispersión de los recursos*

*presupuestarios asignados a la acción cultural pública, la duplicidad de esfuerzos y difusión de responsabilidades, la falta de coordinación inter e intra sectorial y regional de los organismos culturales y su crecimiento un tanto anárquico (7 órganos desconcentrados y 27 Entes Descentralizados a través de 6 Plataformas Culturales). Si bien es cierto que el impacto real en el país de toda esta inversión al desarrollo cultural tiene un efecto diferido, difícilmente traducido en datos cifrados; los diagnósticos han señalado como conclusión tajante una *disipación financiera acentuada* y por agregado, *poca correspondencia entre la inversión del gasto cultural y los resultados obtenidos hasta el presente.**

Quizás sea entonces necesario relativizar las posibles conclusiones que se puedan derivar de estas observaciones, más aún, cuando **no se tiene en Venezuela un Sistema de Cuentas Culturales**, de Economía y Cultura, que den razones cualitativas y cuantitativas del esfuerzo fiscal en los sectores culturales y creativos; en tal sentido, es fundamental disponer de indicadores y estadísticas culturales que permitan evaluar el grado de coordinación existente entre la gestión, la administración y los planes de desarrollo, que en Economía de la Política Cultural, ha acumulado el país en las últimas décadas. El siglo XXI está demostrando reiterativamente para Venezuela la impostergerable necesidad de profundizar en los campos del complejo institucional cultural venezolano, asumiéndola desde la perspectiva política del Desarrollo Nacional, a partir de nuevas teorizaciones y enfoques, cuya gestión plantea requerimientos, oposiciones, desafíos y encuentros de diversa índole, *sin exclusión cultural, sin sectarismos políticos*. Y este reconocimiento obliga a superar el paradigma cultural dominante difusionista-extensionista al igual que garantizar las articulaciones orgánicas y dinámicas de los diversos contextos socioculturales que caracterizan la formación cultural de Venezuela.

Como hemos señalado, se considera que un **2,5% del Presupuesto Nacional** para el sector cultural y creativo venezolano, a ser ejecutados durante un plazo acumulado de seis años, es una inversión básica anual que debe ser tomada en cuenta si se quiere inducir en el país una dinámica cultural que promueva *la innovación y el cambio social*; porcentaje que recoge la necesaria proporción con lo que se asigna a educación. Indudablemente, es indefectible para la inversión de estos fondos que los gastos burocráticos de los Órganos Desconcentrados y Entes Adscritos del Ministerio del Poder Popular para la Cultura, que orientan la política cultural del país, no

superen el 20% de las asignaciones globales para el desarrollo cultural. De igual modo, se debe **definir una agenda de prioridades institucionales, legales y administrativas** que permitan una reorganización de las capacidades acumuladas por el sector en el transcurso de estos últimos veinticinco años (1988-2013). Y esto supone, por un lado, mayor participación del sector privado a través de **incentivos fiscales tributarios para la inversión cultural** y, por el otro, **modificar la estructura difusionista del gasto cultural** puesta en práctica.

Hay que tener en cuenta que *la política cultural es una estrategia estructural en la urdimbre misma y que el efecto positivo de tal estrategia debe situarse en una concepción del Desarrollo*. En tal sentido, cabe preguntarse qué desarrollo puede asociarse a una estructura difusionista del gasto cultural actual, cuya manifestación más evidente es una propuesta extensiva que busca facilitar el acceso a las mayorías a los bienes culturales; bienes que abarcan de preferencia las expresiones legitimadas por la tradición que representan la porción de oferta cultural menos consumida por la población. Una **política cultural de innovación y apoyo a la creación cultural** debe agregar otro tipo de cambios, que afectan particularmente al medio y a las modalidades del circuito artístico.

Sobre este tema en particular, como cualquier otro sector de la gestión pública encarado desde la praxis democrática, la política cultural del Estado Venezolano, para los próximos diez años, debe ser evaluada en términos de prioridades en su contexto social concreto; *no es lo mismo financiar la cultura en sí que financiar una política cultural*. Son obviamente exigencias distintas ya que en la primera perspectiva el Estado Venezolano puede o no actuar como otro promotor económico, en tanto que en la segunda es *protagonista obligado*. Este hecho se traduce a efectos de la actuación del Estado Venezolano si favorecemos una cultura de resultados, de creación, básicamente de consumo por tanto, que transmite más idea de modernidad de una administración cultural, o bien, si valoramos el impacto de una inversión para generar, potenciar y utilizar infraestructuras culturales como una oportunidad neta de aprendizaje y adquisición de conocimientos. De ahí partimos, la atención y el esfuerzo deben estar dirigidos a proyectar una mirada prospectiva cultural (GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos. 1993). Se trata de plantear los prolegómenos de la Economía Política Cultural futura

en el país, lanzando hipótesis nuevas, permitiendo cuestionamientos totales, compensando lagunas. Por supuesto, también debemos encontrar puntos de anclaje, de articulación, sobre los que se puedan construir políticas de las que esta predefinición estaría destinada a la vez a la opinión pública y a los responsables de la gestión.

CONCLUSIONES

El sector cultural-creativo venezolano es una fuente de ingresos importante como lo es cualquier sector en la economía de un país, sin embargo, como todas aquellas cosas intangibles y que no se ven sus beneficios en el corto plazo, las personas ven a la cultura como algo improductivo en términos de ingresos monetarios, resultando esto lo más desalentador para quienes al arte y a la cultura se dedican. Desmitificar lo anterior ha sido uno de los objetivos de la línea SIPECC del ININCO-UCV para realizar un análisis como éste, ya que, si no logramos entender que **la cultura es también riqueza nacional**, no sólo desde el punto de vista de patrimonio o de identidad de los pueblos, sino **desde la ventaja económica que trae consigo**, no podremos apuntar a un verdadero desarrollo integral del país.

En tal sentido, la Economía de la Comunicación y la Cultura, no sólo se trata de números y cifras sino de una ventana abierta en la que gobierno, sociedad y profesionales culturales pueden observar la situación del sector cultural venezolano. No se trata de ninguna manera, de generar un interés mal entendido, de desfigurar la imagen del bien cultural en comercialización desmedida, sino de *proteger lo que se tiene, de crear y estimular la producción y mantener un status para el sector cultural* donde jamás se ponga en duda su importancia dentro del ejercicio económico de Venezuela.

En el caso de Venezuela, es obligación del Estado incorporar la dimensión cultural en sus políticas y planes para conseguir el mejoramiento y la sostenibilidad de la calidad de vida y la realización personal de cada uno de los habitantes del país. Con ello, fortalecen no sólo al desarrollo cultural en Venezuela, sino también la manera de *comprender a la cultura, como un hecho cuantificable en términos de bienestar social, identidad nacional, unidad entre los pueblos, y presencia en los mercados internacionales, sin perder en cuenta, el respeto y admiración que la cultura venezolana merece.*

Por medio del análisis económico cultural se ha demostrado que las *industrias de contenido cultural y creativo* en Venezuela constituyen un sector con grandes capacidades de desarrollo. Dichas industrias no sólo son importantes como porcentaje del PIB, sino que también tienen una fuerte participación en el empleo de Venezuela. Sin embargo, aún falta mucho trabajo en materia de políticas públicas culturales que garantice un crecimiento del sector creativo-cultural para años posteriores. Una de las recomendaciones vitales para futuros análisis, no sólo en materia de cultura y comunicación, sino también para otros sectores de la economía, es la de generar una **Cuenta Satélite para el Subsector de las Industria Culturales y Creativas** que permitirá evaluar las contribuciones de los bienes y los servicios culturales de manera sistemática y eficiente. Con ello, las políticas culturales toman un papel central para normar la relación comercial con otros países, al buscar un equilibrio entre la capacidad de producción nacional y el intercambio cultural. El resultado de políticas culturales eficientes será la conservación y el desarrollo de espacios para la creación y promoción de la cultura, que resulta ser un insumo esencial para las nuevas generaciones venezolanas. En lo sucesivo, y a partir de este análisis que simplemente confirma lo indispensable que es la cultura para el desarrollo económico del país, los recursos destinados para dicho sector no serán vistos jamás como un gasto, sino como una inversión altamente productiva para el futuro de Venezuela.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBORNOZ, Luis Alfonso (comp.)

2011 *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós. Estudios de Comunicación 35. Primera Edición.

ÁVILA ÁLVAREZ, Antonio M^a y Miguel Ángel DÍAZ MIER

2001 «La Economía de la Cultura: ¿Una construcción reciente?». En: *ICE. Información Comercial Española. Revista de Economía*. España. N° 792, junio-julio, pp. 9-29.

BAUMOL, William Jack y William BOWEN

1966 *Performing Arts: The Economic Dilemma: a Study of Problems Common to Theatre, Opera, Music and Dance*. New York: Twentieth Century Fund.

BOLAÑO, César; Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.)

2005 *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía. Colección Comunicación Crítica.

BOLAÑO, César; Cida GOLIN y Valério BRITTOS (organizadores)

2010 *Economia Da Arte e Da Cultura*. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom/UFS.

BONET AGUSTÍ, Lluís

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

CALCAGNO, Natalia y Emiliano TORTEROLA

2006 *La medición de la economía cultural de la Argentina*. Argentina: Laboratorio de Industrias Culturales.

CARSON, Jamie

2001 *Culture Goods Trade Estimates: Methodology and Technical Notes*. Canada, Ottawa, Ontario: Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. CERLALC.

2000 «*Cultura, Comercio y Globalización. Preguntas y respuestas*». Colombia: Ediciones UNESCO / Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC.

CENTRO VENEZOLANO DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE
TEATRO

1990 *Economía y Cultura*. Caracas, Venezuela: ITI - UNESCO. Consejo Nacional de la Cultura. CONAC. Boletín N° 15.

COLOMBO VILLARASA, Alba

2006 «Economía de la cultura. L'impacte econòmic del sector cultural des d'una òptica europea». En: MUNILLA, Glòria: DOSSIER «La gestió de la cultura, una nova disciplina?» *Digithum. Revista dels Estudis d'Humanitats i dels Estudis de Llengües i Cultures de la UOC*. Núm. 8. UOC.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE CHILE
(CNAC)

2007 *Antecedentes para la construcción de una Cuenta Satélite de Cultura en Chile*. Valparaíso, Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Departamento de Planificación y Estudios.

2003 *Impacto de la cultura en la economía chilena: participación de algunas actividades culturales en el PBI y evaluación de las fuentes estadísticas disponibles*. Bogotá, Colombia: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile / Universidad ARCIS / Convenio Andrés Bello (CAB). Colección Economía y Cultura.

CONVENIO ANDRÉS BELLO

2001 *Economía y cultura: la tercera cara de la moneda. Memorias*. Colombia, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

CORPORACIÓN ANDINA DE FOMENTO (CAF)

2005 *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF. 1ra. Edición.

CULTURE STATISTICS PROGRAM

2004 *Canadian Framework for Culture Statistics*. Canada, Ottawa, Ontario:

Minister of Industry, Culture, Tourism and the Centre for Education Statistics. Research Paper.

DÁVALOS TAMAYO, Lorenzo

1994 «Algunas consideraciones sobre Política y Gestión Cultural». En: *Seminario Gestión Cultural en los 90*. (21 de abril 1994). Caracas, Venezuela: Espacios Unión. Diciembre, pp. 7-10.

1990 «*Cultura y Filantropía Empresarial. Posibilidades de participación no lucrativa del sector privado en la actividad cultural*». Caracas, Venezuela. Seminario sobre Cultura e Imagen Corporativa. 23 y 24 de mayo. 45 págs.

DESPACHO DEL MINISTRO DE ESTADO PARA LA CULTURA.

1981 *Desarrollo Económico y Cultura. Propositiones sobre Política Cultural*. Tomos I-II. Caracas, Venezuela: SG Consultores, Junio.

FONDO NACIONAL DE LAS ARTES

1999 *Seminario Internacional sobre Economía de la Cultura. Mecenazgo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo Nacional de las Artes. 19 y 20 de agosto de 1998.

FONSECA REIS, Ana Carla (organización)

2008 *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. São Paulo: Itaú Cultural.

FONSECA REIS, Ana Carla y Kátia de MARCO (organizadoras)

2009 *Economia da Cultura. Ideias e vivência*. Rio de Janeiro: Publit Soluções Editoriais.

FREY, Bruno

2000 *La Economía del Arte*. Barcelona, España: Editorial La Caixa. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona. Colección Estudios Económicos N° 18.

GARCÍA CANCLINI, Néstor y Ernesto PIEDRAS FERIA

2006 *Las Industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI Editores / FLACSO.

GHELFI, Donna

2006 *The Creative Industries: A Historical Context*. Ponencia en WIPO-CARICOM Meeting of Experts on the Creative Industries and Intellectual Property. Georgetown, Guyana, February 8 and 9, 2006. World Intellectual Property Organization (WIPO). Caribbean Community (CARICOM) Secretariat.

GOLDSTONE, Leo

2003 «Las Estadísticas Culturales». En: TOWSE, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE. Capítulo XXVI, pp. 353-361.

GÜERERE, Abdel

2002 «La cultura sí es negocio». En: *Revista Debates IESA*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA. Volumen VIII. N° 2, octubre-diciembre, pp. 10-14.

1999 «La otra cara del financiamiento cultural». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 105, Primer Trimestre, pp. 26-29.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique

2011 «Tendencias de las Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela. Escenarios Tecnológicos 2008-2017». En: *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*. Brasil. Economía Política das Tecnologias da Informação e da Comunicação (Eptic) / ULEPICC. Volumen 13. N° 1. Enero-Abril. Brasil. Consulta <http://www.seer.ufs.br/index.php/epitic/issue/current/showToc>

- 2010 «La innovación tecnológica en las TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela. Escenarios Tecnológicos 2008-2017». En: SAID HUNG, Elías (editor) *Tic, comunicación y periodismo digital*, Tomo 1. Barranquilla, Colombia. Ediciones UNINORTE.
- 2010a «La innovación tecnológica en las TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales en Venezuela 2008-2017». En: MIRANDA, Adrián; Gabriel SANTAGATA y Ana GUÉRIN (editores) *Pensar los medios en la era digital Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones. Colección Inclusiones. 1ra. Edición. Cap. 13, pp. 149-201.
- 2009 «Explorando las Industrias creativas, de la experiencia y culturales». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 21. N° 1, junio, pp. 117-173.
- 2008 «La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 20. N° 1, junio, pp. 209-262.
- 2007 «La innovación tecnológica en la industria cinematográfica iberoamericana. Estudio Delphi 2006-2010». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 19. N° 2, diciembre, pp. 107-162.
- 2007a «Tendencias del Ecosistema Comunicacional en Venezuela». En: VILLAFÑE, Justo (dirección). *La Comunicación Empresarial y la Gestión de los intangibles en España y Latinoamérica 2007 Informe Anual*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall. Pearson Educación, S.A. 1ra. Edición, pp. 145-153.
- 2006 *La dinámica de la cultura en Venezuela y su contribución al PIB*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Educación, Cultura y Deportes de Venezuela, Viceministerio de Cultura, CONAC, Convenio Andrés Bello. 1ra. Edición. Colección Economía y Cultura N° 10.

- 2006a *Las cifras de los medios de comunicación en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación EMPRESAS POLAR.
- 2006b «La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica. Un análisis comparativo diacrónico». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 18. N° 1, junio, pp. 57-118.
- 2005 «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: Cesar BOLAÑO, Guillermo MASTRINI y Francisco SIERRA (eds.). *Economía política, comunicación y conocimiento. Una perspectiva crítica latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía, pp. 269-314.
- 2005a «Las industrias culturales en la economía de Venezuela y su contribución al PIB 1997-2002». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 191-216.
- 2005b «La cultura en la nueva economía: creación, conocimiento e innovación. Del concepto filosófico de Industria Cultural al concepto económico Industrias de la Creación». En: *Ensayos sobre Políticas Públicas Culturales para la Región Andina*. Venezuela: Fundación BIGOTT / CAF.
- 2004 *Las cifras del libro y las bibliotecas en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.
- 2004a *Las cifras del cine y el video en Venezuela. Anuario Estadístico Cultural 1990-2003*. Caracas, Venezuela: Fundación POLAR.
- 2004b «Perspectivas sobre las relaciones entre Economía y Cultura». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 128, Cuarto Trimestre, pp. 74-87.
- 2004c «La cultura suma: políticas culturales y economía de la cultura». En: FUNDACIÓN GLOBAL DEMOCRACIA Y DESARROLLO *Industrias Culturales. Retos para el Desarrollo Cultural*. Santo Domingo,

- República Dominicana: Editora Corripio. 1ra. Edición. Colección Cultura N° 1.
- 2003 *Políticas y Economía de la Cultura en Venezuela. Una estimación del comportamiento productivo de las industrias y actividades relacionadas con el sector cultural venezolano*. Caracas, Venezuela: Cuadernos ININCO 2, Vol 1. UCV. Facultad de Humanidades y Educación. ININCO.
- 2002 «Política y economía de la Industria Audiovisual en Venezuela». En: *Encuadre. Revista de Cine y Medios Audiovisuales*. Caracas, Venezuela: N° 75, (segunda etapa), diciembre, pp. 35-38.
- 2001 «La Industria publicitaria en Venezuela 1996-1999». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 1. N° 13, pp. 215-262.
- 2001a «Historia del financiamiento cultural en Venezuela. 1990-2001». ¿Prioridad para el Estado Venezolano? En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 115. Tercer Trimestre, pp. 86-101.
- 2001b «Una década de economía y cultura en Venezuela. 1990-2001». En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 113. Primer Trimestre, pp. 86-101.
- 2000 «La cultura en Venezuela: oportunidades de inversión». Caracas, Venezuela: Editorial Arte. 1ra. Edición. En: Banco Central de Venezuela, Corporación Andina de Fomento, Fundación BIGOTT y Fundación POLAR. *Cultura y Recuperación Nacional*. Memoria del Seminario, pp. 104-128.
- 2000a «La topografía del poliédrico mercado cultural y comunicacional en Venezuela». En: *Revista Escribanía*. Manizales, Colombia: Centro de Investigaciones de la Comunicación. Universidad de Manizales. N° 5. Julio-Diciembre, pp. 56-66.
- 2000b «Industria del Cine en Venezuela 1996-1999». En: *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 112. Cuarto Trimestre, pp. 100-112.

- 1999 «Innovación y competitividad de las Industrias Culturales y de la Comunicación en Venezuela». En: BARRIOS, Leoncio; Marcelino BISBAL, Jesús MARTÍN-BARBERO, Carlos GUZMÁN y Jesús María AGUIRRE. *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática*. Caracas, Venezuela: Litterae editores. 1ra. Edición.
- 1997 «Análisis de Competitividad del sector de las industrias culturales / comunicacionales y su impacto económico». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 100. Cuarto Trimestre, pp. 74-96.
- 1996 «Industrias Culturales, Innovación Tecnológica y Competitividad». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 95, Tercer Trimestre, pp. 49-59.

GUZMÁN CÁRDENAS, Carlos Enrique; Yesenia MEDINA y Yolanda QUINTERO AGUILAR

- 2005 «El valor agregado cultural y su efecto expansivo en la economía venezolana. Seis escenarios para el análisis cultural». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 132, Cuarto Trimestre, pp. 76-87.

HARTLEY, John (editor)

- 2005 *Creative Industries*. United Kingdom. Blackwell Publishing Ltd.

HARVEY, Edwin R.

- 2003 *La financiación de la cultura y de las artes. Iberoamérica en el contexto internacional (instituciones, políticas públicas y experiencias)*. Madrid, España: Iberautor Promociones Culturales SRL / SGAE.

HEILBRUN, James y Charles M. GRAY.

- 2001 *The Economics of Art and Culture*. New York: 2 edition. Cambridge University Press.

HERNÁNDEZ DÍAZ, Gustavo

- 1999 «Tendencias y perspectivas de la televisión en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 30-39.
- 1999^a «Recepción televisiva en Venezuela». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 107, Tercer Trimestre, pp. 58-63.
- 1997 «La radio en Venezuela para el año 1997». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 97. Primer Trimestre, pp. 63-67.
- 1994 «La Radiodifusión en Venezuela para el año 1994». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 6, pp. 153-168.
- 1993 «Tendencias de la radiodifusión en Venezuela». En: *Anuario ININCO. Temas de Comunicación y Cultura*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. N° 5, pp. 107-129.
- 1993a «La radiodifusión en Venezuela para 1993». En: *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla. N° 84. Cuarto Trimestre, pp. 9-11.
- 1992 «Situación de la radiotelevisión en Venezuela, para el año 1991». En: *Anuario 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, pp. 85-104.

HERNÁNDEZ, Tulio

- 2000 «Estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina. Capítulo Venezuela». Informe de avance. Resumen Ejecutivo. Agosto. Mimeografiado.

1987 «Las nuevas encrucijadas culturales». En: MICHELENA, Silva. *Venezuela hacia el 2000. Desafíos y opciones*. Caracas, Venezuela: Editorial Nueva Sociedad, pp. 319-336.

HERRERA PRIETO, Luis César

2009 «La investigación en economía de la cultura en España: un estudio bibliométrico». En: *Revista Estudios de Economía Aplicada*. España: Volumen 27-1. Abril, pp. 35-62.

2002 «La Economía de la Cultura en España: una disciplina incipiente». En: *Revista Asturiana de Economía*. RAE. España. N° 23, pp. 147-175.

HESMONDHALGH, Desmond.

2002 *The Cultural Industries*. London: Sage Publications.

HOWKINS, John.

2001 *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London. Allen Lane.

KATZ, Jorge

2006 *Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.

KEA

2006 *The Economy of Culture in Europe*. Study prepared for the European Commission. Directorate-General for Education and Culture. Brussels. KEA European Affairs.

KLIKSBERG, Bernardo y Luciano TOMASSINI (compiladores)

2000 *Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo. Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A. Primera Edición.

LASUÉN SANCHO, José Ramón y Javier ARANZADI DEL CERRO

2002 *El crecimiento económico y las artes*. Madrid, España: Fundación Autor / Sociedad General de Autores y Editores. DATAUTOR.

LÓPEZ Z., Eduardo; Erick TORRICO V. y Alejandra BALDIVIDIA R.

2005 *Dinámica económica de la cultura en Bolivia*. Bogotá, Colombia: Viceministerio de Cultura de Bolivia. Convenio Andrés Bello. Colección Economía y Cultura N° 12. 1ra. Edición.

MACHICADO, Javier

2004 «La cultura como generadora de crecimiento económico, empleo y desarrollo». En: *2da. Reunión Interamericana de Ministros y Altas Autoridades de Cultura*. Ciudad de México, México: Estudio del Tema I. Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral (CIDI). Organización de los Estados Americanos (OEA). 23 y 24 de agosto, p. 3. Mimeo-grafiado.

2000 «Economía y cultura. Un estudio sobre el impacto económico del sector cultural en la Comunidad Andina». En: *Serie Cuadernos de trabajo*. Colombia: Centro de Estudios Sociales, Universidad Nacional de Colombia. N° 22, pp. 25-41.

MALAVÉ, José

2002 «Mercados culturales, ¿quién da más? En: *Revista Debates IESA*. Caracas, Venezuela: Ediciones IESA. Volumen VIII. N° 2, octubre-diciembre, pp. 35-50.

MARTÍN-BARBERO, Jesús

2002 *Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Colombia: Fondo de Cultura Económica. Sección de obras de sociología.

MASSIANI, Felipe A.

1977 *La Política Cultural en Venezuela*. Caracas, Venezuela: UNESCO. Colección Políticas Culturales: estudios y documentos.

MASTRINI, Guillermo y César BOLAÑO

1999 *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Biblos.

MASTRINI, Guillermo y Martín BECERRA (directores)

2006 *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. 1ra. Edición. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros / Instituto Prensa y Sociedad.

2006 «Senderos de la Economía de la Comunicación: Un enfoque latinoamericano». En: *Cuadernos de Información y Comunicación* (CIC). España. Vol. 11, pp. 111-128.

MIGUEZ, Paulo

2006 *Repertório de fontes sobre Economia Criativa*. Brasil: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia.

MILLÁN PEREIRA, Juan Luis

1993 *La economía de la Información. Análisis Teóricos*. Madrid: Editorial Trotta. Colección Estructura y Procesos. Serie Economía.

MILLER, Toby y George YÚDICE

2004 *Política Cultural*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A. 1ra. Edición. Serie Culturas.

MINISTERIO DE CULTURA DE COLOMBIA / CONVENIO ANDRÉS BELLO

2003 *Impacto económico de las Industrias Culturales en Colombia*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Cultura de Colombia. Convenio Andrés Bello (CAB). Colección Economía y Cultura.

MUÑOZ, Blanca

2005 *La cultura global. Medios de Comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada*. Madrid, España: Pearson Educación, S.A.

MURZI, Alfredo Tarre

1972 *El Estado y la Cultura. La Política Cultural en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores. Colección Documentos.

NEWBIGIN, John

2010 *La Economía Creativa. Una Guía Introductoria*. Serie Economía Creativa y Cultural 1. London. Reino Unido. British Council / ODAI.

OBSERVATORIO INDUSTRIAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (OIC)

2004 *Dossier Economía y Cultura 1*. Buenos Aires, Argentina. Secretaría de Cultura. Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

O'CONNOR, Justin

2007 *The cultural and creative industries: a review of the literature*. London: Creative Partnership Series. Arts Council England.

(s.f) *The definition of Cultural Industries*. Manchester Institute for Popular Culture. Manchester Metropolitan University.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

2003 *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el Derecho de Autor*. Ginebra: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI.

2002 *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Coordinación del Prof. Antônio Márcio Buainain. OMPI y Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP).

OROPEZA GONZÁLEZ, Alejandro

2005 *Política Pública y Demanda Cultural en Venezuela*. (Serie Mención Publicación). Caracas, Venezuela: CENDES, UCV.

PICARD, Robert G.

2003 «La Economía de los Medios de Comunicación». En: TOWSE, Ruth. *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE. Capítulo XIX, pp. 253-352.

PIEDRAS FERIA, Ernesto

2005a «¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 163-189.

2004 *¿Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las Industrias Protegidas por el Derecho de Autor en México*. 1ra. Edición. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Sociedad de Autores y Compositores de Música / Sociedad General de Escritores de México.

QUARTESAN, Alessandra; Monica ROMIS y Francesco LANZAFAME

2007 *Las Industrias Culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades*. Departamento de Capacidad Institucional y Finanzas. Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique y Rodrigo GÓMEZ GARCÍA

2001 *La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y Conceptos*. Barcelona, España: Portal de la Comunicación InCom-UAB.

2009 «La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación». En: VEGA MONTIEL, Aimée (coordinadora) *La Comunicación en México. Una agenda de investigación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de

Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. 1ra. Edición, pp. 53-58.

SCHARGORODSKY, Héctor Esteban y otros

2007 *Economía de la Cultura*. Buenos Aires, Argentina: Observatorio Cultural. Postgrado en Administración de Artes del Espectáculo. 1ra. Edición.

SCHUSSMAN, Alan y Kieran HEALY

2002 *Culture, Creativity and the Economy: An Annotated Bibliography of Selected Sources*. USA: Department of Sociology, Social Sciences. University of Arizona.

SEAMAN, Bruce

2009 «Cultural Economics: State of Art and Perspectives». En: *Revista Estudios de Economía Aplicada*. España. Volumen 27-1. Abril, pp. 7-32.

STOLOVICH, Luis

2005 «La cultura entre la creación y el negocio. Pero ¿negocio para quién?». En: *Anuario ININCO*. Caracas, Venezuela. Universidad Central de Venezuela. Instituto de Investigaciones de la Comunicación. Facultad de Humanidades y Educación. Volumen 17. N° 2, diciembre, pp. 59-86.

STOLOVICH, Luis; Graciela LESCANO; José MOURELLE y R. PESSANO

2002 *La Cultura es Capital*. Uruguay, Montevideo: Editorial Fin de Siglo.

STOLOVICH, Luis; Graciela LESCANO y José MOURELLE

1997 *La Cultura da Trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en el Uruguay*. Uruguay: Editorial Fin de Siglo.

TENORIO, María

2009 *Desarrollo Humano y dinámicas económicas locales: Contribución de la Economía de la Cultura*. San Salvador, El Salvador: Programa de las

Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Cuadernos sobre Desarrollo Humano. N° 9.

TOWSE, Ruth

2003 *Manual de Economía de la Cultura*. Madrid, España: Fundación Autor /SGAE.

UNESCO

2009 *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. Montreal, Quebec, Canada: Unesco Institute for Statistics (UIS). First Edition.

2007 *Draft. The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*. Montreal, Quebec, Canada: Unesco Institute for Statistics. First Edition.

2005 *Asia-Pacific Creative Communities: Promoting the Cultural Industries for Local Socio-economic Development. A Strategy for the 21st Century*. Jodhpur, India. Working Documents of the Senior Expert Symposium: Creative Communities: A Strategy for the 21st Century. 22-26 February. UNESCO Regional Advisor for Culture in Asia and the Pacific.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD)

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

2008a *Pre-conference event. Outcome of the Secretary-General's high-level panel on the creative economy and industries for development*. TD/423. 14-15 January. Geneva. United Nations. UNCTAD.

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

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

UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

2005 *El impacto económico de la cultura en Perú*. Bogotá, Colombia. Convenio Andrés Bello / Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres. Colección Economía y Cultura.

YÚDICE, George

2002 *El Recurso de la Cultura. Usos de la Cultura en la era global*. Serie Culturales. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A. 1ra. Edición.

ZALLO, Ramón

2007 «La Economía de la Cultura (y de la Comunicación) como objeto de estudio». En: *Revista ZER*. Vol. 12. N° 22, pp. 215-234.