

Las industrias culturales y creativas en Iberoamérica. Venezuela

Carlos González Saavedra

I. Introducción

LAS INDUSTRIAS creativas y culturales (ICC) venezolanas actúan en un escenario económico, social y político adverso, están sometidas a la invisibilidad estadística y carecen del soporte de una estrategia pública para su promoción y desarrollo. La disponibilidad de datos oficiales sobre las ICC en Venezuela, homologables a criterios internacionales, es muy limitada, ya que el propio concepto de industrias creativas y culturales no se ha incorporado a las líneas estratégicas del gobierno en este ámbito. Ni el Ministerio del Poder Popular para la Cultura ni el Instituto Nacional de Estadísticas del país difunden públicamente datos que permitan conocer las dimensiones básicas del sector ICC, al margen de las estadísticas que genera algún subsector puntual, como la cinematografía.

Desde la perspectiva gubernamental, la política cultural se alinea con “la preservación y conocimiento del Patrimonio Cultural tangible e intangible de la nación, y el fomento y potenciación de las Expresiones Culturales del país, como elementos sustantivos y determinantes para el resguardo de la memoria, el patrimonio cultural y la profundización del sentido de identidad nacional, como expresiones del ideario de una vida digna e íntegra” (Ministerio del Poder Popular para la Cultura, 2018), una misión alejada de los enfoques que ven a las industrias culturales como modelo para abordar los problemas de desarrollo a nivel económico y político, y como un componente clave en la formulación de la política económica y la planificación del desarrollo estratégico (Unesco, 2012).

Las ICC se nutren de contextos socioeconómicos donde las capacidades, recursos y condiciones necesarias para gestarlas son particularmente propicias para su implantación y crecimiento. Como demuestran estudios recientes, existen relaciones recíprocas o correlaciones entre algunos indicadores fundamentales para contextualizar las actividades creativas: el PIB per cápita y el alto nivel de formación en la población adulta se retroalimentan positivamente; la educación también se asocia a una menor tasa de riesgo de pobreza y a un elevado índice de oportunidades, infraestructuras y usos digitales; y esta disponibilidad y manejo intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) es inherente a un mayor consumo cultural y al disfrute de unas condiciones económicas favorables (Murciano

& González Saavedra, 2018). En este sentido, la profunda crisis económica, social y política de Venezuela se ha convertido en un lastre que limita el desarrollo de las industrias de base cultural y creativa.

El país ha registrado en los últimos años un acelerado deterioro de sus indicadores socioeconómicos que afecta directamente la situación de las ICC. Aunque la carencia de datos oficiales hace difícil medir la magnitud de la crisis, el Banco Mundial estima que el PIB se contrajo en un 11.9 % en 2017, lo cual implica un retroceso acumulado de más del 36 % desde 2015 (Banco Mundial, 2018a). “El consumo privado se redujo a un ritmo acelerado por segundo año consecutivo, socavado por la disminución de los ingresos reales, la escasez generalizada de bienes de necesidad básica y los costos de transacción cada vez más elevados. Los niveles de confianza deprimidos y la alta incertidumbre, junto con la falta de disponibilidad de bienes de capital, han llevado a una fuerte caída de la inversión. La drástica reducción de la demanda interna ha estado acompañada por el colapso de las importaciones” (Banco Mundial, 2018).

Desde la perspectiva social, el panorama también muestra la crudeza de la crisis: en un contexto hiperinflacionario, con un índice de crecimiento anual de los precios proyectado para 2018, del 2349.3 % (Fondo Monetario Internacional, 2018), la tasa de pobreza multidimensional (que incluye, además del ingreso, las características de los hogares) aumentó en 10 puntos porcentuales entre 2015 y 2017, lo que refleja un empeoramiento estructural de la calidad de vida. Se trata de una situación que no afecta por igual al país: mientras que, en la capital, Caracas (donde vive menos de una quinta parte de la población) la pobreza multidimensional alcanza al 34 % de los hogares, en las zonas menos pobladas (donde en conjunto vive alrededor de una cuarta parte de la población) la pobreza se duplica (74 %, de esta pobreza multidimensional es reciente y el 30 % es crónica (USB, UCV, UCAB, 2018).

La situación política se convierte en Venezuela en otro factor que afecta a las industrias culturales, particularmente las de base radioeléctrica y al sector editorial. La política oficial, basada en la subordinación de las comunicaciones al objetivo último de consolidar en el país un sistema socialista, se manifiesta en un progresivo cerco a los medios privados “que se usan para domesticar el espíritu de los pueblos escondiendo en su discurso los valores dominantes oligárquicos” y en el apoyo al “nuevo modelo colectivo y revolucionario de la Comunicación Popular” (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2015). En la práctica, esta política ha tenido consecuencias directas, como el cierre de más de 50 medios de comunicación durante 2017 bajo procedimientos apartados de los principios que garantizan la libertad de expresión (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2017).

Pero, a pesar de unas condiciones socioeconómicas y políticas adversas, destacan actividades que actúan como motores tradicionales del sector. El ámbito audiovisual, y particularmente la televisión, es el eje económico de las ICC venezolanas, mientras que el Sistema Nacional de Orquestas y Coros Juveniles e Infantiles funciona no solo como dinamizador de las artes escénicas musicales, sino también como factor

de cohesión social. Cuenta también el país con un patrimonio cultural y natural reconocido y protegido por organismos internacionales, con gran potencial para el incentivo de la actividad turística.

Las dimensiones de estos sectores, no obstante, se ajustan al mercado local, incluso en industrias como la televisiva, que tuvo en el pasado cierto alcance internacional. El balance muestra a Venezuela como un país netamente importador de bienes culturales. Según las últimas estadísticas recopiladas por la Unesco, la balanza comercial en este ámbito es abiertamente deficitaria: de cada dólar exportado, se importan bienes culturales por un valor de 489 dólares. En consecuencia, la tasa de cobertura comercial, que mide la relación existente entre las exportaciones de un país y sus importaciones, es en la industria cultural venezolana significativamente baja: apenas del 0.2 %. En países del entorno, como Colombia, esta tasa es del 52.91 %, en Estados Unidos del 91.73 % y en España alcanza el 109.12 % (Unesco, 2016).

II. Industria audiovisual: la fuerza de la televisión

En Venezuela, la mayor parte de las empresas culturales están vinculadas con el sector audiovisual (Guzmán Cárdenas, 2014). Se trata de una actividad que ha protagonizado un profundo proceso de transformación consecuencia de factores tecnológicos, políticos y económicos. Desde la última década del siglo XX, la televisión venezolana, que junto a la radio constituye el principal medio de acceso público a noticias, entretenimiento y educación extraacadémica, ha registrado cambios en su estructura tradicional debido al aumento en las concesiones de frecuencias, el desarrollo de nuevas redes de difusión y una estrategia pública para aumentar la capacidad de emisión gubernamental. Se sumaron al mercado televisivo nuevas cadenas en abierto, generalistas, de cobertura y penetración nacional, y también señales temáticas y regionales de alcance limitado a zonas geográficas específicas. El acelerado avance de las tecnologías de transmisión (televisión por cable, por satélite e Internet) contribuyó también al cambio de la estructura sectorial al permitir que muchas cadenas hercianas pequeñas extendieran su área de cobertura original mediante la afiliación a teleoperadoras o a una plataforma de televisión digital, la ampliación zonificada vía repetidoras, el establecimiento de convenios con canales regionales o la adquisición de dichos canales y la apertura de páginas web con transmisiones en vivo de la programación.

Por consiguiente, se pasó de una red televisiva exclusivamente herciana, a un complejo entramado donde los canales utilizan simultáneamente el satélite, el cable, Internet y las ondas para llegar a los espectadores. Este proceso también permitió una diversificación de la oferta de cadenas nacionales derivada de la posibilidad real que tiene la audiencia de ver canales que por razones geográficas quedaban anteriormente fuera del alcance de sus receptores.

La histórica ventaja cuantitativa de la televisión privada sobre la pública en Venezuela, que no había dejado de crecer en los últimos años del siglo XX, registra,

bajo el sistema político que surge en 1998, liderado por Hugo Chávez y su sucesor, Nicolás Maduro, un significativo cambio debido a que el Estado multiplica su capacidad emisora con la incorporación de nuevos canales, como Vive TV, Asamblea Nacional TV, TVES y Telesur (este último de alcance internacional), que se suman a la histórica Venezolana de Televisión (VTV).

La televisión por pago, por su parte, ha alcanzado altas cuotas de penetración y se aproxima a los cinco millones de suscriptores (2016). Cuatro empresas (Directv, CANTV, Intercable y Movistar) controlan el 84 % del mercado y utilizan sus redes no solo como vehículos de un flujo continuo de contenidos temáticos, la mayoría estadounidenses, sino también para suministrar acceso a nuevos servicios interactivos. La tecnología de acceso predominante es el satélite (67 %) mientras que el cable representa el 33 % de los suscriptores (CONATEL, 2018).

Las cifras oficiales manejadas por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), ente público venezolano regulador del sector, muestran cómo los ingresos operativos de las empresas suministradoras de este servicio se han incrementado progresivamente en moneda local, al pasar de 3 989 millones de bolívares en 2010 a 39 389 millones de bolívares en 2016 (debe tenerse en cuenta que durante este periodo la inflación media anual en el país fue de 111 %).

Los principales operadores de TV por pago del mercado venezolano son, en la modalidad de satélite, DirecTV, CANTV (propiedad de la empresa estatal de telecomunicaciones y alimentada por la señal del Satélite Simón Bolívar) y Movistar, y las empresas de cable Intercable, NetUno y Supercable, entre otras.

Analistas especializados interpretan que este característico modelo industrial televisivo es consecuencia del contexto del país: “Los consumidores tienen menos tiempo para ver televisión gratis porque tienen que pasar largas horas en las colas para obtener productos de uso diario. Además, los principales canales de televisión gratuitos han sido comprados o influenciados por el Gobierno y ya no proporcionan información equilibrada. La televisión por satélite, en particular, ha ganado terreno en los últimos años. La radio ha experimentado un pequeño aumento en el consumo porque es uno de los medios menos censurados. La TV en línea es cada vez más utilizada. El consumo de medios digitales y de televisión de pago ha crecido porque ofrecen más variedad e información más inmediata” (Zenith, 2016).

El peso de la televisión en Venezuela forma parte de un fenómeno regional: “La televisión es, con mucho, la ICC más dinámica de América Latina, con ingresos de 42 000 millones de dólares, casi un tercio del total. Los latinoamericanos se deleitan con el contenido audiovisual. De media, pasan más de cinco horas al día viendo televisión” (International Confederation of Authors and Composers Societies y Ernst & Young, 2015).

La implantación de la televisión en Venezuela se basa en su cobertura nacional y un acceso masivo: el 94 % de los venezolanos poseen televisión y un 66 % de los 7.5 millones de hogares disfrutan del servicio de televisión por suscripción. En Venezuela emiten con señal abierta al menos once canales de televisión públicos (VTV, ViVe, TeleSur, TVes, Televisora Colombeia, Ávila TV, 123TV, TV Con-

Ciencia, TV FANB, PDVSA TV y Teletuya) y ocho canales privados (Venevisión, Televen, Canal I, Meridiano TV y Globovisión, Vale TV, TV Familia y TVepaco). Además, hay alrededor de 30 canales regionales y 36 canales de televisión abierta comunitaria repartidos por todo el territorio.

Los canales comunitarios merecen una consideración especial. Se crearon como estaciones de televisión abierta de servicio público en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones promulgada por la Asamblea Nacional Constituyente en el año 2000 (modificada en 2011), y casi quince años después se les dotó de un estatuto específico, la Ley de Comunicación del Poder Popular, que elimina la libertad de contenidos y el pluralismo del reglamento original al obligar a coordinar las políticas y estrategias de la comunicación popular con el Plan de Desarrollo de la Nación. La ley establece que los medios comunitarios recibirán el 1 % de todos los recursos públicos otorgados a “proyectos socioproductivos del Estado” y el gobierno se reserva las decisiones en materia de cobertura geográfica. De esta manera, los medios comunitarios, que incluyen canales de televisión, pero también estaciones de radio, portales digitales y soportes impresos, funcionan de hecho bajo el control gubernamental.

No obstante, son las cadenas privadas las que captan la atención mayoritaria del público. La audiencia de los principales canales generalistas la lideran las privadas Venevisión (45 %) y Televen (31 %), mientras que la estación pública VTV se queda con el 8 % (Orozco Gómez & Vassallo de Lopes, 2016). Y si se considera el tiempo que los telespectadores dedican a ver las televisoras venezolanas que emiten por la principal plataforma de suscripción del país (Directv), se observa que las cuatro preferidas son privadas (Globovisión, Venevisión y Televen) y suman el 75 % de la audiencia correspondiente a medios nacionales, muy lejos del cuarto lugar, ocupado por la pública VTV, que atrae al 9 % de los usuarios. Según cálculos propios a partir de las cifras de audiencia de DTV Ratings (empresa de medición de Directv), entre todas las cadenas venezolanas disponibles en Directv, la proporción de audiencia entre cadenas venezolanas privadas y públicas es de 8 a 1 (tercer trimestre, 2016).

La industria de la televisión venezolana se comportó históricamente como un duopolio, dominado por Venevisión y Radio Caracas Televisión. Ambas empresas privadas se caracterizaban por su fuerte integración vertical y horizontal (producción más difusión) y sus actividades en el extranjero: figuraban junto con la mexicana Televisa, la brasileña Globo y la española RTVE entre los cinco principales productores de la región iberoamericana (Sinclair, 2002). Hasta 2007, ambos canales se repartían casi a partes iguales dos tercios de la audiencia venezolana, seguidos de lejos por las otras dos cadenas generalistas de cobertura nacional, Televen y Venezolana de Televisión (VTV), estabilizadas en torno al 6 y al 2 % respectivamente. Sin embargo, el 27 de mayo de 2007, en cumplimiento de la decisión gubernamental de no renovar la concesión, RCTV dejó de transmitir en señal abierta por el canal 2 de UHF, que había utilizado durante 53 años.

Venevisión, fundada en 1961, es la marca televisiva del Grupo Cisneros, un conglomerado de compañías de comunicación que adquirió peso internacional tras

el proceso de liberalización del sector audiovisual venezolano de comienzos de los noventa del pasado siglo. Entonces decidió vender su participación en otros negocios e invertir significativos recursos en telecomunicaciones e industria audiovisual, tanto en el país como en el extranjero (Straubhaar, Fuentes, Giraud, & Campbell, 2002). La participación de este grupo en el mercado televisivo incluye las cadenas Venevisión (señal abierta, Venezuela), y los canales de televisión por suscripción Venevisión+Plus (distribuido internacionalmente, ofrece mensualmente 250 horas de programación en español), Venevisión USA (inició sus transmisiones en 2017 exclusivamente en Estados Unidos), VmasTV (dedicado al público colombiano), Ve Plus TV (canal de novelas y entretenimiento), ViendoMovies (películas), y Venus (contenidos para adultos).

Su división de medios incluye también: Cisneros Media Distribution (distribuidor global de contenido de entretenimiento), Cisneros Studios (productor independiente de programación en español en los Estados Unidos), la Organización Miss Venezuela (una plataforma de producción dirigida al público femenino) y Mobius Lab Productions (plataforma generadora de contenido original, potenciada por Getty Images Latin America). El Grupo es proveedor de contenidos de Univisión, la principal cadena hispana de televisión de Estados Unidos.

Radio Caracas Televisión (RCTV), por su parte, fundada en 1953 por William H. Phelps, decidió en la última década del pasado siglo mantener su audiencia televisiva a través de una mezcla de programas nacionales y regionales, con énfasis en las telenovelas y los *shows* que pudieran ser vendidos en el mercado internacional (Straubhaar, Fuentes, Giraud, & Campbell, 2002). Se trata de un género dramático que ya le había reportado beneficios a la cadena en el pasado: fue la primera cadena de televisión en exportar producciones a Europa, gracias al éxito conseguido en España por la telenovela *Cristal*, y algunos de sus producciones (como *Kassandra*) han sido vendidas a más de 80 países. En 2007, el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, anunció que su Gobierno no renovarían la licencia de operación de RCTV dado su carácter opositor. La señal abierta de la cadena salió del aire el 28 de mayo de ese año. Actualmente, el grupo canaliza sus operaciones de producción y distribución de contenidos desde Miami, EEUU, mediante la empresa RCTV International. La frecuencia de RCTV la ocupó un nuevo canal público: TVES.

Otros actores detectados de la industria de la televisión son Televen, segunda cadena de televisión venezolana por número de televidentes; Venezolana de Televisión, con una programación centrada en la información gubernamental; el canal de noticias Globovisión; Meridiano Televisión (Continental TV), dedicado íntegramente al mundo deportivo; y TVes, heredera gubernamental de la frecuencia pública que perteneció a RCTV, cuya programación se concentra en espacios de entretenimiento. También cabe citar las estaciones regionales de televisión que han avanzado más allá de su territorio de origen para agruparse en redes u ofrecer su señal a través de plataformas de pago. Por ejemplo, TeleTuya, formada por las regionales Global TV, Promar TV, TAM, TRT, TVO y TeleAragua,

está disponible por Directv, Inter Cable, Movistar TV Digital y Cantv. Mientras que otros 23 canales regionales se han incorporado a alguno de los dos grupos constituidos para generar estrategias conjuntas de producción y distribución de contenidos: el Grupo Nacional de Televisión y el Circuito Venezolano de Televisión Nacional (CVTN).

Los géneros predominantes en los seis principales canales venezolanos de televisión en abierto son la información (40.7 % del tiempo de emisión en el periodo enero-junio de 2015), la ficción (23.4 %), el entretenimiento (14.7 %) y la opinión política (12.4 %). No obstante, las preferencias de la audiencia se concentran en los programas de ficción (con las telenovelas en un lugar destacado) y en el entretenimiento (Orozco Gómez & Vassallo de Lopes, 2016).

III. Industria cinematográfica

La industria cinematográfica venezolana se sustenta en un sistema de producción fuertemente condicionado por las ayudas públicas, cuyos productos deben competir en las salas con la fortaleza comercial del cine estadounidense. A diferencia de lo que sucede en otros ámbitos culturales, el cine sí cuenta en Venezuela con una base de datos estadísticos que permite identificar algunos indicadores básicos. Entre 2006 y 2016 se produjeron una media de siete largometrajes venezolanos al año y se estrenaron en las salas de cine 209 películas venezolanas (en la década anterior esta cifra apenas llegó a 24). El cambio de tendencia se explica por la actuación del Centro Nacional Autónomo de Cinematografía (CNAC), ente que desde 1993 maneja las políticas de Estado en la materia, y que se reactivó a partir de 2005 al proveer financiamiento para nuevos largometrajes, al margen del apoyo financiero que otorga para el montaje de proyectos, el desarrollo de guiones y la producción de cortometrajes, documentales y telefilmes. Además, a finales de 2005 entró en vigor la nueva Ley de Cinematografía, que estableció una cuota de pantalla anual equivalente a cinco semanas-cine por cada sala de exhibición para las obras cinematográficas venezolanas de estreno y dispuso que al menos el 10 % de las películas que se distribuyeran en el país fueran de producción nacional.

Para alimentar el nuevo Fondo de Promoción y Financiamiento del Cine (FONPROCINE) que creó la ley, los exhibidores y distribuidores de cine deben aportar el 10 % de sus ingresos por venta de entradas, mientras que las televisoras en abierto y de pago del país tienen que apoyar al sector con una serie de contribuciones especiales, equivalentes a entre el 0.5 % y el 3 % de sus ingresos por venta de publicidad o por suscripciones.

Las estadísticas históricas muestran como, en términos absolutos, la industria cinematográfica venezolana ha atravesado por tres periodos diferenciados: entre 1976 y 1988 se estrenaban en promedio 11 largometrajes nacionales al año, con una asistencia media anual de 1.84 millones de personas. De 1989 a 2005 se pro-

duce un declive pronunciado del sector, que apenas permite estrenar 4 filmes al año con una asistencia de 380 000 espectadores. Y entre 2006 y 2016 se recupera la producción propia para promediar 19 estrenos anuales que son vistos por 1.55 millones de personas.

En términos relativos, tradicionalmente las producciones nacionales que se estrenan no suelen destacar en las estadísticas generales del sector. Por ejemplo, entre 2006 y 2016, las películas venezolanas que se exhibieron en las salas del país promediaron solo el 6 % de la asistencia anual total al cine. Estas cifras, que evidencian la debilidad comercial de las producciones exhibidas, pueden alterarse cuando coinciden durante un periodo obras especialmente taquilleras; por ejemplo, en 2014, las 25 películas nacionales estrenadas representaron el 14 % de la recaudación e incluso hubo un filme, *Libertador*, que se ubicó como el décimo más visto del año. Pero en 2016, en medio de una crisis económica acentuada que significó una caída anual de diez millones en el número total de asistentes al cine (pasaron de 29.7 millones en 2015 a 19.1 millones en 2016), las películas venezolanas exhibidas apenas representaron el 2.3 % de la asistencia (Centro Nacional Autónomo de Cinematografía, 2018).

No resulta casual que, durante el 2014, año que marca el máximo de asistencia histórica del cine nacional (4.4 millones de espectadores), las películas venezolanas participaran en 241 festivales internacionales y obtuvieran 85 premios. En el periodo 1990-2016, las obras cinematográficas venezolanas más galardonadas en festivales internacionales son *Pelo malo*, de Mariana Rondón (25 premios, entre ellos la Concha de Oro en la 61ª edición del Festival Internacional de Cine de San Sebastián); *Sicario*, de José Ramón Novoa (19 premios); *Hermano*, de Marcel Rasquin (16 premios, entre ellos el San Jorge de Oro en la 32ª edición del Festival Internacional de Moscú); *El rumor de las piedras*, de Alejandro Bellame (15); y *Jericó*, de Luis Alberto Lamata (12). Destacan también *Desde allá*, de Lorenzo Vigas, León de Oro en la 72ª edición del Festival Internacional de Cine de Venecia (Italia, 2015); *Azul y no tan rosa*, de Miguel Ferrari, Mejor Película Extranjera de habla Hispana en la 28ª edición de los Premios Goya (España, 2014); *La distancia más larga*, de Claudia Pinto, Premio “Glauber Rocha” a la Mejor película latinoamericana en el Festival Internacional de Cine de Montreal (Canadá, 2013); y *Oriana*, de Fina Torres, Cámara de Oro en la 38ª edición del Festival de Cannes (Francia, 1985).

En Venezuela, la figura de la coproducción también se ha convertido en un importante auxilio a la hora de desarrollar proyectos cinematográficos. Por ejemplo, desde 1998, 46 proyectos venezolanos de desarrollo de películas y coproducciones han recibido financiamiento del programa Ibermedia. Este fondo iberoamericano de ayuda fue creado en 1997 y se encarga de impulsar la coproducción de películas para cine y televisión en la región, el montaje inicial de proyectos cinematográficos, la distribución y promoción de películas en el mercado regional y la formación de recursos humanos para la industria audiovisual.

IV. Artes escénicas: sistema de orquestas y coros infantiles y juveniles

En el ámbito musical, una de las principales aportaciones venezolanas es el Sistema Nacional de Orquestas y Coros Juveniles e Infantiles. Se trata de una obra social y cultural del Estado concebido y fundado en 1975 por el maestro y músico venezolano José Antonio Abreu (1939-2018) para sistematizar la instrucción y la práctica colectiva e individual de la música a través de orquestas sinfónicas y coros, como instrumentos de organización social y de desarrollo humanístico. Se trata de un modelo pedagógico, artístico y social, que ha alcanzado notoriedad en el mundo entero y constituye uno de los programas de responsabilidad social de mayor impacto en la historia del país. El Sistema, como se le conoce, atiende a una población de 900 000 niñas, niños, adolescentes y jóvenes venezolanos, se distribuye en 1 681 orquestas juveniles, infantiles y preinfantiles; 166 agrupaciones del Programa Alma Llanera, 1 389 coros infantiles y juveniles, 1 983 agrupaciones de iniciación musical y un personal docente de más de 10 000 profesores en los 24 estados del país.

El 75 % de los niños atendidos por El Sistema viven por debajo del índice de pobreza, y muchos residen en pueblos alejados de las capitales y centros de producción. Por ello, los 440 núcleos y 1 340 módulos formativos que en 2017 integraban El Sistema constituyen una red diseminada por todo el territorio nacional. Los programas de desarrollo musical están dirigidos a niños de entre 2 y 6 años, y van desde la estimulación e iniciación musical hasta la conformación de una agrupación que abarque contenidos y actividades musicales adecuados a sus edades. A partir de los 6 años, los alumnos tienen la oportunidad de desarrollarse en orquestas preinfantiles, infantiles y juveniles, esta última para jóvenes entre 12 y 18 años. La metodología abarca clases individuales de instrumentos sinfónicos hasta llegar a los ensayos generales, con un repertorio secuencial estructurado gradualmente por cada nivel que incluye obras de todos los géneros nacionales y universales. De esta manera, se promueve el desarrollo de una carrera artística de manera individual y grupal, con el apoyo de un profesorado preparado para facilitar un aprendizaje significativo (Fundación Musical Simón Bolívar, 2018).

V. Patrimonio y museos

Otro de los ámbitos destacados de las industrias culturales y creativas venezolanas es el patrimonio. El país cuenta con tres bienes declarados por la Unesco como patrimonio de la humanidad: 1) la Ciudad Universitaria de Caracas, construida entre 1940 y 1960 según el diseño del arquitecto Carlos Raúl Villanueva, considerada un ejemplo sobresaliente del Movimiento Moderno en la arquitectura y en cuyo campus se integran edificios y obras maestras de la arquitectura moderna y las artes visuales, como el Aula Magna con las "Nubes" de Alexander Calder, el Estadio Olímpico, la Plaza Cubierta, y esculturas de artistas como Jean Arp, Fernand Léger, Victor Vasarely y Mateo Manaure; 2) la ciudad de Coro y su puerto, fundada en 1577, que

fue una de las primeras ciudades coloniales de América, posee unos 600 edificios históricos y es el único ejemplo subsistente de una fusión lograda de las técnicas y estilos arquitectónicos autóctonos, mudéjares españoles y holandeses; y 3) el Parque Nacional de Canaima, un espacio de tres millones de hectáreas cubiertas en un 65 % por tepuyes, montañas tabulares con características biogeológicas únicas de gran interés para la geología, escarpados farallones y cascadas, entre las que figura la más alta del mundo, con 1 000 metros de caída. Además, hay tres sitios incluidos en la lista indicativa que Venezuela tiene la intención de considerar para la nominación como patrimonio de la humanidad: la Ciudad de La Guaira, la Hacienda Chuao y Ciudad Bolívar en la estrechez del río Orinoco. Pero, a pesar de contar con recursos culturales y naturales, el país tiene una reducida capacidad de atracción turística debido a factores como la inestabilidad política, la recesión económica, la inseguridad, los altos precios, la baja calidad de algunas infraestructuras turísticas y la ausencia de una "marca país"(Guzmán Cárdenas, 2014).

También, cabe destacar el funcionamiento de catorce museos nacionales en Venezuela, dedicados a las artes plásticas, el arte contemporáneo, el diseño, la arquitectura, las ciencias, el arte popular o a creadores reconocidos como Arturo Michelena y Alejandro Otero. Y, desde el ámbito privado, es notable el aporte de la Colección Patricia Phelps de Cisneros (CPPC) con sede en Caracas y Nueva York y dedicada a promover una mayor apreciación de la diversidad, la sofisticación y variedad del arte de América Latina, así como a fomentar la excelencia en el estudio de la cultura material iberoamericana, desde objetos etnográficos hasta arte contemporáneo. La CPPC tiene convenios de colaboración a largo plazo con diversas instituciones culturales a nivel mundial, entre ellas la Tate Modern de Nueva York y el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía de Madrid.

VI. Otros sectores: publicidad, radio, prensa y artes visuales

Tradicionalmente el sector de la publicidad en Venezuela se ha retroalimentado de la preponderancia de la industria televisiva. La ausencia de estadísticas sectoriales es notable ya que el Comité de Certificación de Medios ANDA-FEVAP (Agencia Nacional de Anunciantes y Federación Venezolana de Agencias Publicitarias), que ofrecía un balance anual sobre el sector publicitario en Venezuela, se disolvió a principios de 2015, pero los últimos datos disponibles evidencian la preponderancia de la televisión en el escenario de las ICC venezolanas: del total invertido, el 37 % se destinó a la compra de anuncios emitidos en cadenas de televisión. El segundo lugar corresponde a los diarios, con el 20 %; y le siguen las promociones no masivas (BTL, 11 %), la publicidad exterior (10 %), la radio (8 %), los medios digitales (8 %), las revistas (4 %) y el cine (2 %) (Comité Certificador de Medios ANDA-FEVAP (CCMAF), 2014).

Según la revista especializada *Producto*, que anualmente elabora un *ranking* sectorial, las principales 33 empresas de publicidad venezolanas empleaban en 2016 a

1 125 personas y contaban en su cartera con 634 clientes (*Producto*, 2018). El gobierno venezolano, por su parte, incrementa de manera sostenida el gasto público destinado a la publicidad y la propaganda oficiales: en 2015, esta partida alcanzó los 97 000 dólares. “El Estado también se vale de la asignación de la publicidad para discriminar a la prensa privada con tendencia crítica, fomentar la dependencia y forzar al ejercicio de un periodismo cada vez menos incómodo para el poder” (Instituto de Prensa y Sociedad, 2018).

Otra de las industrias culturales de mayor arraigo en Venezuela es la radio. La imprecisión estadística sobre este medio la resume elocuentemente Antonio Pasquali, investigador de la comunicación y ex director de la Unesco para América Latina: “Los empresarios del ramo mencionan a tientas 500 a 700 emisoras radiales entre comerciales y comunitarias, el 82 % ‘en un limbo jurídico, o con concesión vencida, unas 300 ilegales, y varias comerciales y clandestinas que se disfrazan de comunitarias; el ente regulador CONATEL contaba 306 a mediados de 2015, otros consideran que en 2011 había en el aire 1 005 emisoras, de las cuales el 65 % eran privadas, 25 % comunitarias y 10 % gubernamentales. La ONG Instituto Prensa y Sociedad, IPYS, ha calculado recientemente que funcionan en Venezuela 605 emisoras radiales, 118 de televisión, 105 medios impresos y 61 informativos en la web por un total de 889 medios, 537 de los cuales serían comunitarios, 325 privados y 27 gubernamentales” (Pasquali, 2017, pág. 82).

La industria radiofónica ha sufrido particularmente las presiones políticas. Según la información proporcionada por varias organizaciones a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, durante 2017 sumarían al menos 49 los radios nacionales cerradas por órdenes del gobierno. Además, la mayor parte de los medios de comunicación opera en Venezuela con sus licencias vencidas y el organismo regulador no dispone de procedimientos con garantías para la adjudicación y/o renovación de estas frecuencias (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2017).

Venezuela ya había sido condenada por la Corte Interamericana en junio de 2015 por incumplir estos principios cuando decidió no renovar la concesión del canal de televisión RCTV el 27 de mayo de 2007. A juicio del tribunal interamericano el cierre de RCTV implicó “una desviación de poder, ya que se hizo uso de una facultad permitida del Estado con el objetivo de alinear editorialmente al medio de comunicación con el gobierno” (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2017).

La prensa, por su parte, en tanto ámbito de las ICC, mantiene en Venezuela su presencia en medio de circunstancias políticas adversas. Según los datos más confiables, circulaban en el país 105 periódicos en 2017, entre 80 y 100 menos que antes de la llegada de Hugo Chávez al poder (Pasquali, 2017). La falta de abastecimiento y el control gubernamental de papel siguen viéndose afectados para el libre funcionamiento de la prensa escrita. Numerosos medios de comunicación han sufrido la falta de esta materia prima básica (*El Impulso*, *La Nación*) y algunos llegaron a cancelar su versión impresa (*El Nuevo País*, *Diario Católico*, *La Verdad Impresa* de *El Carabobeño*, *Diario Los Andes*) debido a falta de insumos por parte

del Complejo Editorial Alfredo Maneiro (CEAM), la empresa estatal que retiene el monopolio legal de la importación de papel prensa y que es la encargada de distribuirlo a los medios de comunicación (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2017). Como contraste, el cierre de medios y la reestructuración del sector, ha impulsado la creación de medios digitales, algunos especializados en periodismo de investigación que incorporan profesionales veteranos y jóvenes, establecen alianzas con otros medios del país o de fuera y estimulan el soporte por parte de la ciudadanía. Destacan los portales *Efecto Cocuyo*, *Prodavinci*, *El Estímulo*, *El Pitazo*, *Armando.info*, *Cotejo.info* y *Runrunes*, entre otros.

Finalmente, la industria cultural de las artes visuales y en particular el diseño de moda venezolano tiene destacada presencia en la escena internacional, donde destacan, entre otros, los nombre de Carolina Herrera, afincada en Nueva York desde donde empezó a exportar mundialmente sus creaciones; Ángel Sánchez, arquitecto y diseñador de moda que en 1999 ingresó a *The Council of Fashion Designers of America* (CFDA); Rosa Clará, con 20 años de experiencia en la Alta Costura venezolana y colaboraciones con Karl Lagerfeld o Christian Lacroix; Merche Segarra, que forma parte de una familia dedicada a las artes gráficas y es la diseñadora detrás de la marca Jesús Peiró.

VII. Formación y marco institucional

Las Industrias Culturales y Creativas constituyen un factor de desarrollo económico en la medida en que también abren posibilidades para la creación de empleos y la formación de recursos profesionales. En este sentido, adquiere una gran importancia “la creación de programas formativos para la población joven, la redirección de habilidades de los desempleados o de la población activa con mayor edad, así como la atracción de otros colectivos. Los profesionales pertenecientes a las ICC (medios y creaciones funcionales) presentan una particularidad: dependiendo de la especialización de la formación, sus conocimientos y competencias son aplicables en diferentes subsectores dentro de las Industrias Creativas. En Venezuela, los tres sectores con mayor capacidad de empleo en los próximos años serán: audiovisual, multimedia y servicios creativos y, por áreas funcionales destacan: programación, diseño visual, arte y creatividad” (Guzmán Cárdenas, 2014).

Algunas iniciativas privadas tratan de dar a conocer el alcance de los diferentes sectores de las ICC en Venezuela e impulsar su potencial para la creación de riqueza y empleos. Es el caso del Seminario Industrias Creativas, fundado en 2013 por Elina Pérez Urbaneja, que en cinco ediciones ha profundizado en el estudio la industria del diseño (2013), la creación y estrategias de marcas (2014), la moda y las tendencias (2015), el diseño gráfico y la tecnología de impresión 3D (2016) y los videojuegos y las aplicaciones móviles (2017).

Desde la perspectiva institucional, la acción cultural pública de Venezuela se ejecuta desde el Ministerio del Poder Popular para la Cultura a través de cinco

plataformas sectoriales: cine y audiovisual; libro y lectura; pensamiento, patrimonio y memoria; artes escénicas y musicales; y artes de imagen y espacio. Y también desde el Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, que tiene a su cargo el Instituto Autónomo Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), el Servicio Autónomo Imprenta Nacional y Gaceta Oficial, la Fundación Villa del Cine, la Fundación Distribuidora Nacional de Cine (Amazonia Films), la Fundación Televisora Venezolana Social (TEVES), la Fundación Ávila TV, entre otros. Ambos ministerios concentran apenas el 0.6 % del presupuesto total del gobierno (República Bolivariana de Venezuela, 2016).

Entre los centros adscritos al Ministerio de Cultura en el ámbito audiovisual se encuentran: el Centro Nacional de la Fotografía, la Fábrica de Medios, el Centro Nacional del Disco, el Centro Nacional de Cinematografía, la Fundación Cinemateca Nacional y el Museo del Cine y Artes Audiovisuales. En el sector editorial aparecen Monte Ávila Editores Latinoamericana C.A., la Fundación Biblioteca Ayacucho, la Editorial el Perro y la Rana, la Casa Nacional de las Letras Andrés Bello y el Instituto Centro Nacional del Libro. A la plataforma de pensamiento, patrimonio y memoria pertenecen la Fundación Centro de Estudios Latinoamericanos Rómulo Gallegos, el Centro Nacional de Historia, el Instituto de Patrimonio Cultural, el Archivo General de la Nación, y el Instituto Autónomo Biblioteca Nacional y de Servicios de Bibliotecas. Las artes escénicas y musicales se gestionan a través de un instituto homónimo y de las fundaciones Vicente Emilio Sojo y Casa del Artista, de las compañías nacionales de teatro, música y danza. Por último, figuran el Instituto de las Artes de la Imagen y el Espacio, la Fundación Museos Nacionales y la Fundación Red de Arte.

VIII. Conclusiones

La ausencia de políticas públicas alineadas con la conceptualización internacional de las ICC, la falta de acceso a datos oficiales actualizados en general y particularmente a estadísticas sobre los sectores culturales y creativos, y la situación de crisis económica, social y política del país, dificultan el dimensionamiento de los recursos e infraestructuras existentes, la comparativa regional y global y el establecimiento de indicadores sobre el peso económico o el alcance social de la categoría analítica ICC y de los dominios culturales básicos que la integran: arquitectura, artes escénicas, artes visuales y artesanía, audiovisual y multimedia, bibliotecas, museos y patrimonio, libros y prensa, y publicidad.

El diseño y aplicación de un sistema estadístico homologado según criterios internacionales para el dimensionamiento de estas actividades y la definición e implantación de políticas públicas específicas son medidas fundamentales que pueden contribuir a visibilizar el sector, a transformar en círculos virtuosos las carencias del país en materia de industrias creativas y culturales y a promover las potencialidades de las ICC para el desarrollo económico y el bienestar social en Venezuela.

IX. Referencias bibliográficas

- ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. (28-12-2015). "Ley de la Comunicación del Poder Popular" en *Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela*. Caracas, Venezuela: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.
- BANCO MUNDIAL. (2018). *Venezuela. Panorama general*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/es/country/venezuela/overview>
- BANCO MUNDIAL. (2018a). *Global Economic Prospects*. Washington, DC: The World Bank.
- CENTRO NACIONAL AUTÓNOMO DE CINEMATOGRAFÍA. (31-03-2018). *Observatorio del cine venezolano*. Obtenido de <http://www.cnac.gob.ve/ocv/>
- COMISIÓN INTERAMERICANA DE DERECHOS HUMANOS. (2017). *Institucionalidad democrática, Estado de derecho y derechos humanos en Venezuela: Informe de país*. Washington D. C.: CIDH.
- COMITÉ CERTIFICADOR DE MEDIOS ANDA-FEVAP (CCMAF). (2014). *Estudio sobre la Inversión Publicitaria en Venezuela 2013*. Caracas: ANDA-FEVAP.
- CONATEL. (29-03-2018). *Comisión Nacional de Telecomunicaciones*. Obtenido de <http://www.conatel.gob.ve/>
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL. (28-03- 2018). *República Bolivariana de Venezuela. At a Glance*. Obtenido de <http://www.imf.org/en/countries/ven>
- FUNDACIÓN MUSICAL SIMÓN BOLÍVAR. (31-03- 2018). *Sistema Nacional de Orquestas y Coros Infantiles y Juveniles de Venezuela*. Obtenido de <http://fundamusical.org.ve/>
- GUZMÁN CÁRDENAS, C. E. (2014). *Las industrias culturales y el emprendimiento en Venezuela*. Caracas: ININCO-UCV.
- INSTITUTO DE PRENSA Y SOCIEDAD. (30-03-2018). *#PublicidadPorSilencio*. Obtenido de <http://www.ipys.org.ve/especiales/publicidadporsilencio/>
- INTERNATIONAL CONFEDERATION OF AUTHORS AND COMPOSERS SOCIETIES Y ERNST & YOUNG. (2015). *The first global map of cultural and creative industries*. París: Ernst & Young.
- MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA CULTURA. (29-03- 2018). *Información Institucional*. Obtenido de <http://www.mincultura.gob.ve/index.php/home/informacion>
- MURCIANO, M., & GONZÁLEZ SAAVEDRA, C. (2018). "Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas: El caso Cataluña" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 146-167.
- OROZCO GÓMEZ, G., & VASSALLO DE LOPES, M. (2016). *(Re)invención de géneros y formatos de la ficción televisiva: Anuario Obitel 2016*. Porto Alegre: Obitel.
- PASQUALI, A. (2017). *Transporte y comunicaciones. La devastación chavista*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- PRODUCTO. (30-03- 2018). *Ranking de agencias general*. Obtenido de <http://rankingdeagencias.com.ve/ranking-de-agencias-general/>
- REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. (2016). *Ley de presupuesto para el ejercicio económico financiero 2016. Título II*. Caracas: Oficina Nacional de Presupuesto.
- SINCLAIR, J. (2002). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa.
- STRAUBHAAR, J., FUENTES, M., GIRAUD, C., y CAMPBELL, C. (2002). Trends of Production and Programming in the Latino U.S. Market, Mexico and Venezuela: Refocusing from Global to Regional Homogenization of Television. *Intercultural*

- Communication*. Barcelona: International Association of Mass Communications Research.
- UNESCO. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- UNESCO. (2016). *The globalisation of cultural trade: a shift in consumption. International flows of cultural goods and services 2004-2013*. Montreal: The UNESCO Institute for Statistics.
- USB, UCV, UCAB. (2018). *Encuesta sobre Condiciones de Vida Venezuela 2017 (ENCOVI)*. Caracas: Universidad Simón Bolívar, Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello.
- ZENITH. (2016). *Media Consumption Forecasts 2016*. Londres: Zenith.