

*Las Industrias Creativas y Culturales*  
*Prof. Carlos Enrique Guzmán Cárdenas*

ECONOMÍA  
y **CULTURA**



ECONOMÍA  
NARANJA



**ECONOMÍA  
CREATIVA**  
economía Digital

  
**INDUSTRIAS  
CREATIVAS**

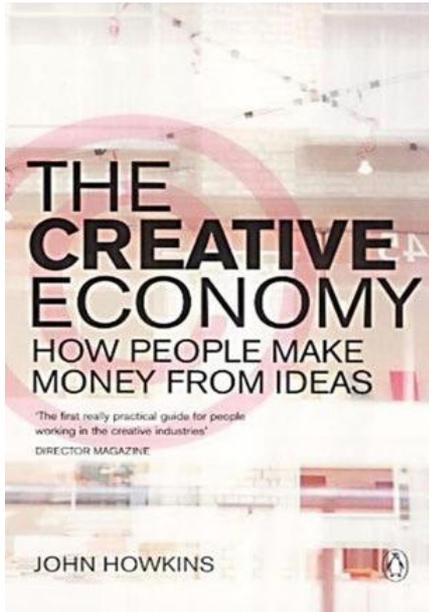


**INDUSTRIAS  
CULTURALES**

Docente y Experto Internacional  
en Gestión Cultural e Industrias Creativas  
Coordinador y Docente Maestría en  
Gestión y Políticas Culturales UCV  
Docente Cátedra Gestión Cultural UCAB  
Docente Cátedra Economía Industria Audiovisual UAV

## Entrada: cambio paradigmático

## Creatividad e Innovación



Un nuevo **paradigma tecno-económico** de producción flexible (la sociedad del conocimiento), en oposición al viejo paradigma de producción en masa (la sociedad científico-técnica), se está instalando en nuestras sociedades y organizaciones actuales abarcando aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, a niveles tanto macro como micro. Su tesis central es que **la creatividad, el conocimiento y el acceso a la información** harán la diferencia -y también la distancia- en los próximos 20 a 30 años, gestando una nueva revolución tecnológica (Big-Bang), como eficaces motores de la productividad y de la promoción del desarrollo humano en un mundo que se globaliza.

De igual modo, se considera que **la creatividad y la innovación (de producto, de proceso, de organización y de mercado)** constante se han convertido en las fuerzas claves e impulsoras de nuestra economía y sociedad. Ciertamente, ***“...la creatividad no es ninguna novedad y lo mismo cabe decir de la economía; lo que es nuevo es la naturaleza y el alcance de la relación entre una y otra y, de qué forma se combinan para generar una riqueza y un valor extraordinarios.”*** (HOWKINS, John: 2001).



JOHN HOWKINS

# capital creativo

En el estudio *The Economy of Culture in Europe* realizado por KEA la creatividad es definida como **“...a cross-sector and multidisciplinary way, mixing elements of ‘artistic creativity’, ‘economic innovation’ as well as ‘technological innovation’. Here creativity is considered as a process of interactions and spill-over effects between different innovative processes”**. (2006: 41). Según el economista británico Andy Pratt (2004: 119) **“...Creativity can be evoked here twice: first, as a mode of innovation; and, second, as an area of economic activity: the creative industries”**.

THE ECONOMY OF CULTURE  
IN EUROPE



Study prepared for the European Commission  
(Directorate-General for Education and Culture)  
October 2006

KEA  
EUROPEAN AFFAIRS

With the support of:



## CREATIVE ECONOMY

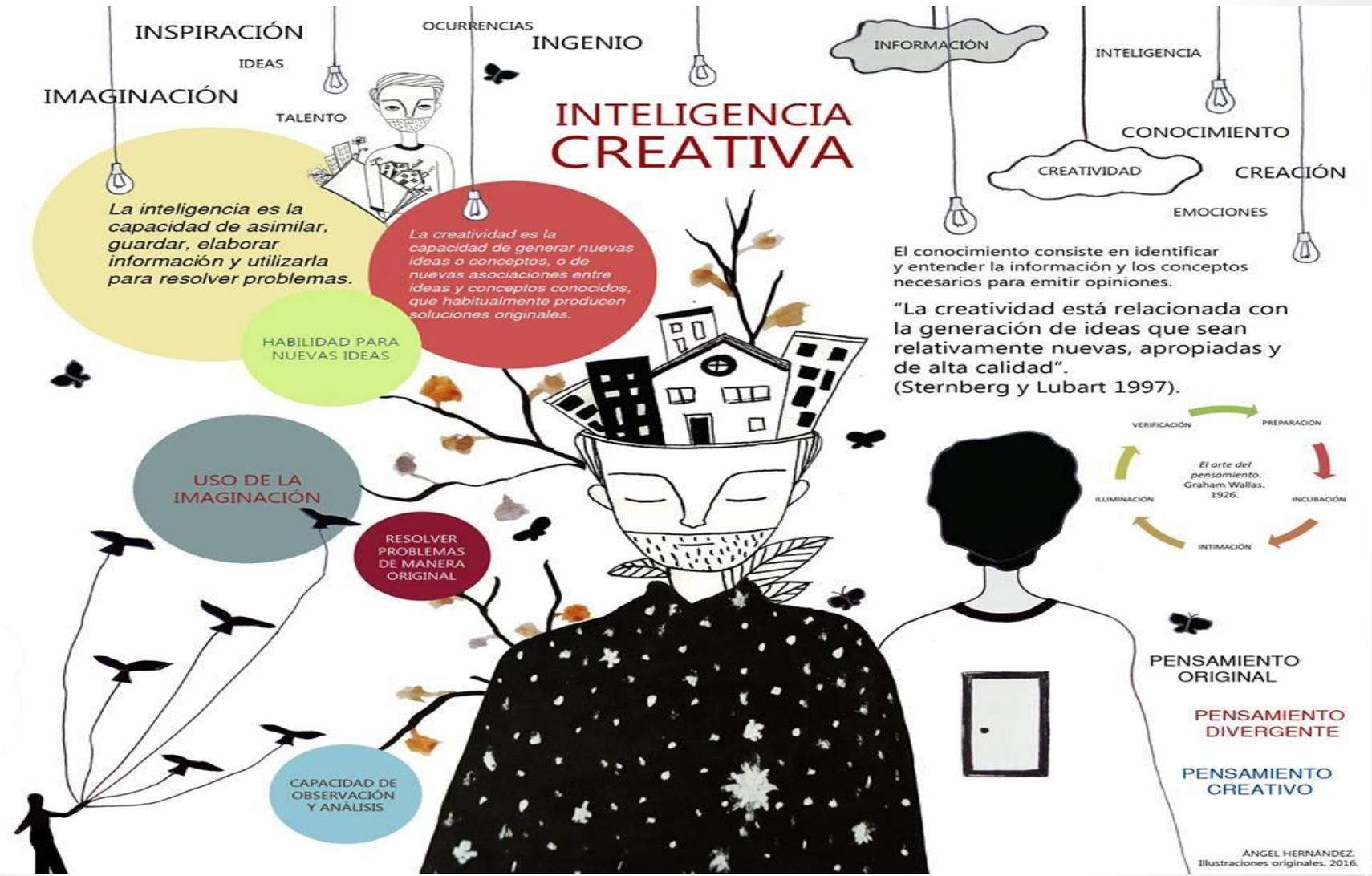


ANDY PRATT

Por ende, las sociedades necesitarían interpretar el cambio paradigmático que se viene gestando en el modo de innovar y a su vez consolidar su **capital creativo**, definido como **“... los activos combinados de la sociedad que permiten y estimulan a sus personas, grupos, organizaciones, empresas, instituciones, universidades y territorios a ser innovadoras y creativas”** (CALZADA, Igor. 2006: 4). En este contexto, el advenimiento de una **economía creativa y de la experiencia** estaría provocando que emerjan prácticas sociales y culturales que conjugan **innovatividad (creatividad tecnológica), emprendizaje (creatividad económica) y creación (creatividad artística y cultural)**, como elementos combinatorios cada vez más potentes, constituyéndose así como verdaderos **hacedores de valor y de experiencia**.

# CAPITAL CREATIVO

# Creatividad e Innovación



**OTROS  
CONCEPTOS**

economía  
creativa

**Creative  
Cities**

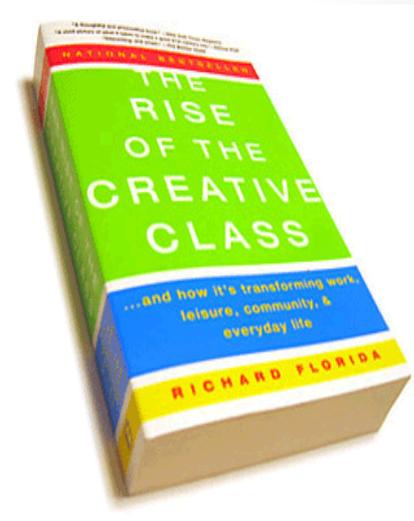
**Creative  
Clusters**

Otros conceptos están surgiendo alrededor de la noción de creatividad, tales como (a) **trabajo creativo (creative work)** oficios que involucran el ejercicio de habilidades creativas, (b) **clase creativa (creative class)** que se refiere a las personas cuyas funciones económicas son originar nuevas ideas, novedades tecnológicas o nuevos contenidos creativos; y (c) **las ciudades creativas (creative cities)**, una opción política para la revitalización urbana de las ciudades a través de la acción cultural y social de trabajos creativos y el crecimiento económico. Asistimos al boom de nociones como **Knowledge Cities, Territorios Inteligentes, Creative Clusters o Networks, Urban Community Development Dynamics y Cultural Dynamic** que se están aplicando a cualquier campo económico, social y cultural en espacios geográficos concretos (CALZADA, Igor. 2006: 12).



**RICHARD FLORIDA**

El economista americano **Richard Florida** en su libro ***The Rise of the Creative Class* (2002)**, nos argumenta sobre la importancia del capital creativo cuando se refiere a su concepto de las clases creativas, al señalar que las ciudades y las regiones van a competir en esa economía cada vez más terciaria por el valor que las personas con una inquietud o *life-style* (incluso para algunos) determinado aportan a la vida social y económica de la misma.



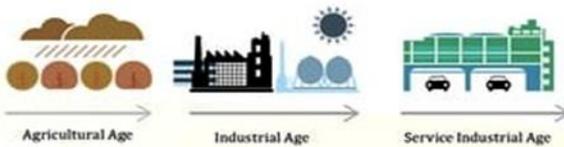
# THE ECONOMY OF Creativity

# CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Revolutionary Road to

Creative Cities

Four Ages of A Modern Economy



Based on Richard Florida's (2002) *The Rise of the Creative Class, Cities and the Creative Class.*

Attracting talent to build a creative economy requires a shift from an economy dependent solely on fiscal growth, to one that is more holistic and incorporates a dynamic cultural atmosphere and thriving quality of life.

Generate and attract Creative Individuals

Creatives are a critical factor. They constitute the Creative Class. Their function is to create new ideas, technologies, and creative content thus bringing a dynamic economy to the city.



- Musician
- Film & TV
- Technologist
- Architect
- Writer/Journalist
- Educator
- Designer
- Scientist
- Artist



Creative Class

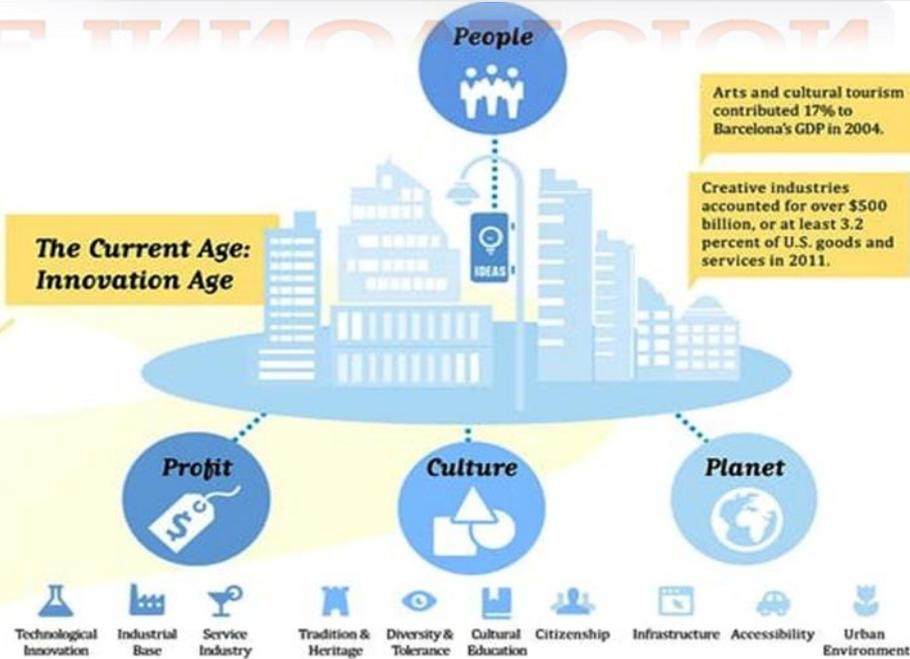


Creative Enterprises

Creative Cluster



The Current Age: Innovation Age

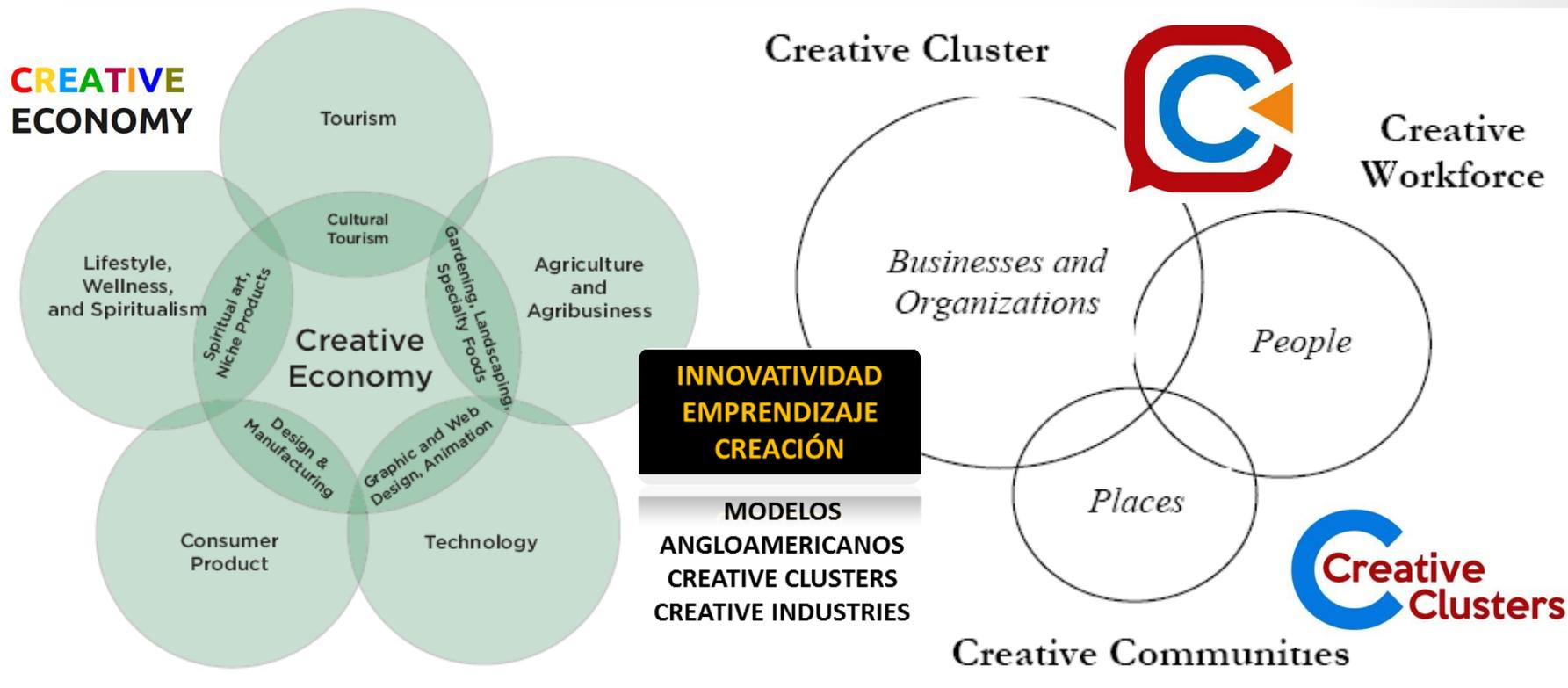


A Place Where Synergy Happens

# Creative Cities

BASADO EN EL MODELO DE RICHARD FLORIDA 2002

# CREATIVE CLUSTERS



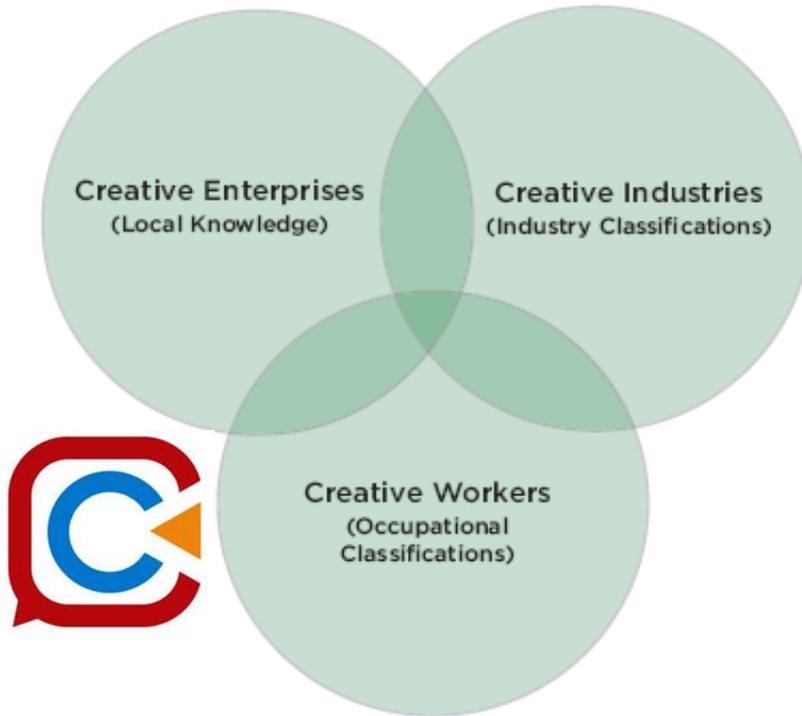
Clusters (Conexiones) de la Economía Creativa  
Modelo del Consejo de las Artes de Arkansas. USA.

Economía Creativa según el modelo de New  
England Foundation for the Arts (NEFA's), USA

**TESIS CENTRAL**  
la creatividad económica y tecnológica están acercándose e interactuando con la  
creatividad artística y cultural.

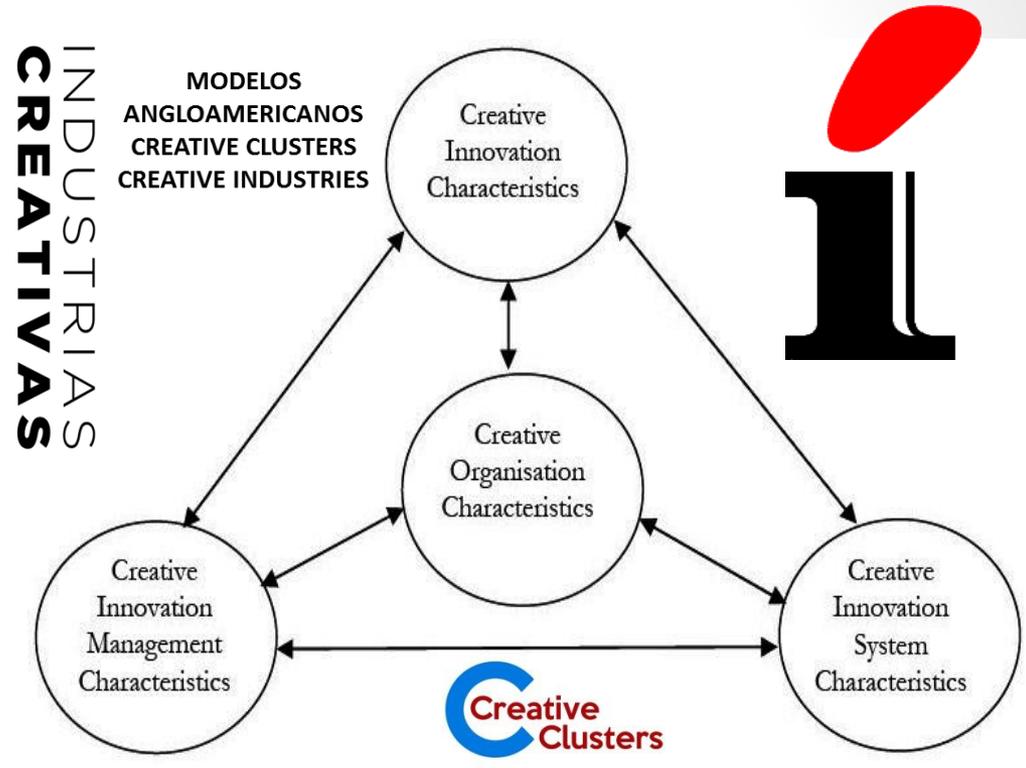
# CREATIVE CLUSTERS

Economía Creativa según el modelo de New England Foundation for the Arts (NEFA's), USA



Fuente: Regional Technologies Strategies. (2007: 14)

Dimensiones de la Innovación en la Economía Creativa



Fuente: GREEN, Lawrence; Ian MILES y Jason RUTER (2007: p. 16)

**Capacidad humana de generar nuevas ideas y contenidos simbólicos**

**El motor que trasforma las ideas en valor. Idea + valor=resultados**

¿Estamos hablando de futurismo? **Cultura. Cultura. Cultura.**

No. Estamos hablando de **AQUÍ Y AHORA.**

*El sector creativo-cultural*

Industrias de la **CREATIVIDAD**

**ECONOMÍA  
CREATIVA**

**ECONOMÍA  
NARANJA**

**SECTOR  
CULTURAL-  
CREATIVO**

**INDUSTRIAS  
CULTURALES  
CREATIVAS**

Algunas de las características especiales del **sector cultural-creativo** son:

- El crecimiento económico y el bienestar están fuertemente arraigados
- Causan un doble impacto: cultural y económico
- La naturaleza especial de los aportes: creatividad y patrimonio cultural

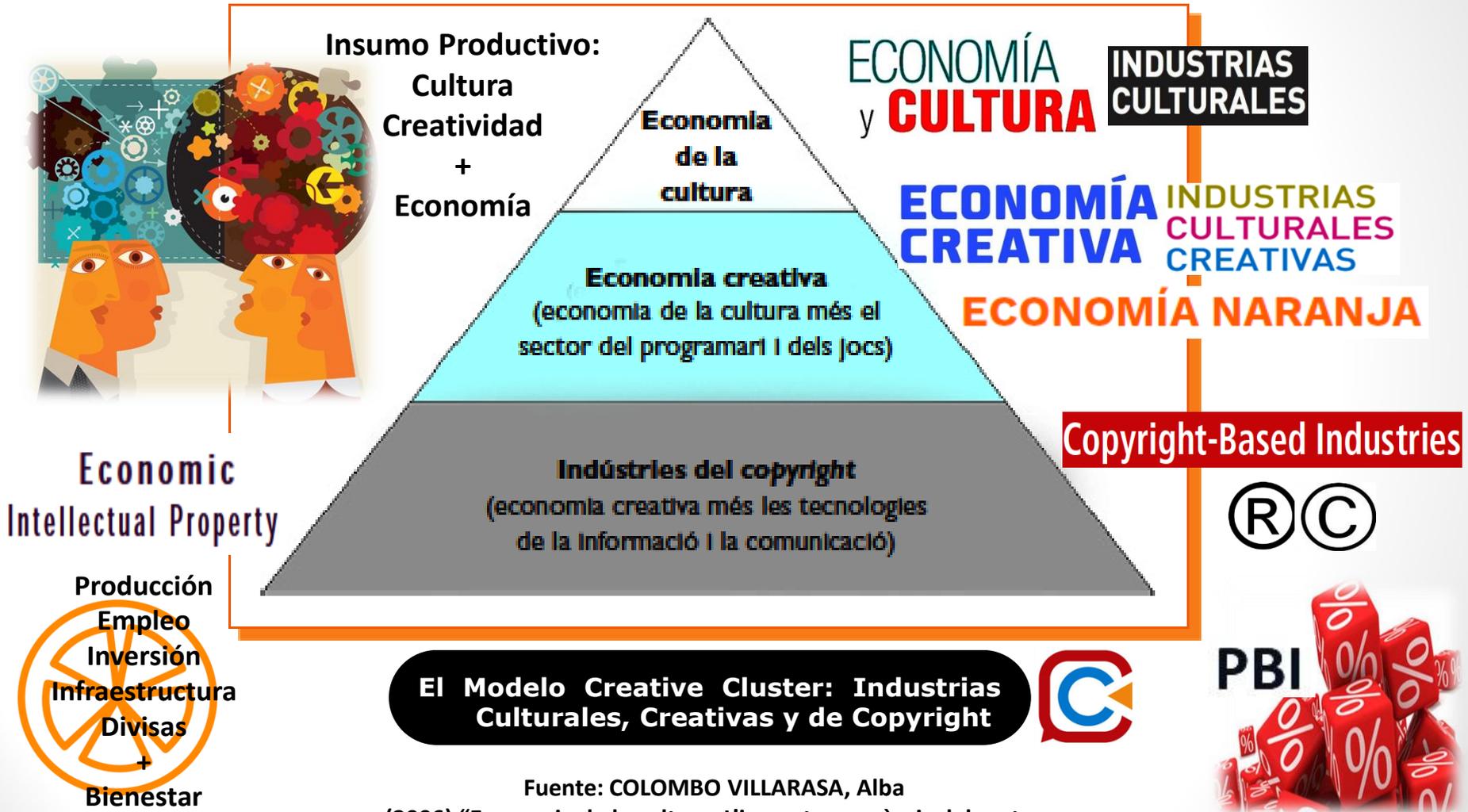
**IDEA DE FUERZA  
LA CULTURA Y LA CREACIÓN CONTRIBUYE AL  
DESARROLLO DESDE SU PARTICIPACIÓN EN LO  
ECONÓMICO**

**Cultura & Economía**



# La aproximación entre economía, cultura y creación

# Economía de la Cultura Economía Creativa



Fuente: COLOMBO VILLARASA, Alba  
 (2006) "Economía de la cultura. L'impacte econòmic del sector cultural des d'una òptica europea. P.5

# ECONOMÍA y CULTURA

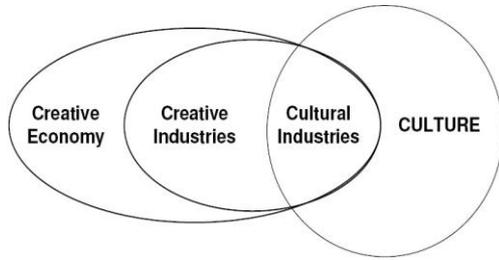
## La aproximación entre economía, cultura y creación

En la última década del siglo XX y principios del siglo XXI, se ha generado una creciente afirmación sobre la importancia que tienen las **industrias culturales, creativas y de contenidos digitales** como sectores emergentes claves del desarrollo cultural y económico de las regiones o países. A su vez, como consecuencia del impacto económico y la notable e insoslayable contribución estratégica que las **industrias de contenido cultural y creativo** (concepto más extendido para el propósito de este trabajo de investigación) generan en el producto interno bruto (en adelante, PIB) de las economías nacionales comenzó a ser examinada la **economía de la cultura y la creación**.

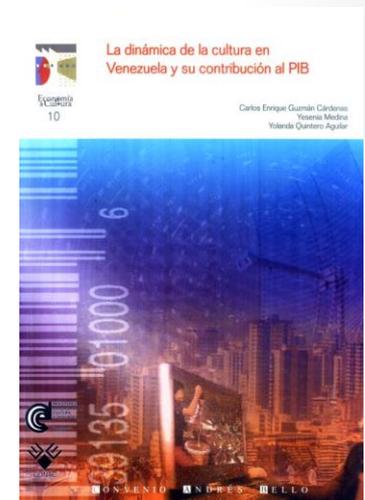
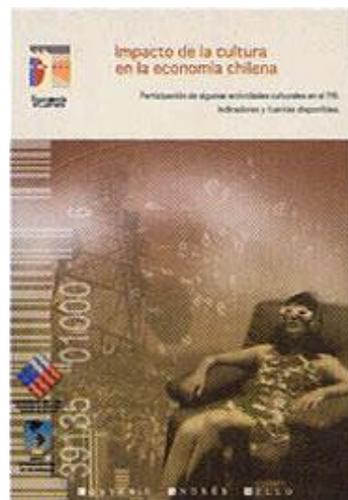
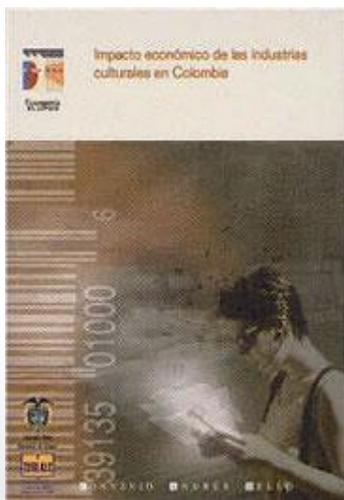
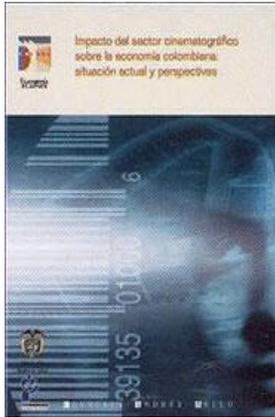


Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual -OMPI- (2003: 18)

**La economía cultural estudia la interacción entre los valores culturales y económicos y sus efectos en las industrias creativas.** En tal sentido, estudia la importancia de los bienes y servicios culturales en el desarrollo de la sociedad, sus cualidades y otras características, incluidas las políticas públicas en la materia; la expresión de la relación entre los costos y los beneficios de los intereses contrapuestos subyacentes en el derecho de autor; el uso de los productos culturales por los consumidores; los hábitos de los consumidores, etc.



# ECONOMÍA y CULTURA



## Economía y Cultura, ¿a qué nos referimos cuando mencionamos Economía Creativa?



A todos aquellos sectores y actividades emergentes que están surgiendo en las economías con base al sector servicios y la innovación permanente. La economía creativa abarca sectores y procesos que tienen como insumo **la creatividad, sobre todo la cultura**, para generar en el ámbito local y distribuir en el ámbito global bienes y servicios con valor simbólico y económico (FONSECA REIS, Ana Carla. 2008: 24).

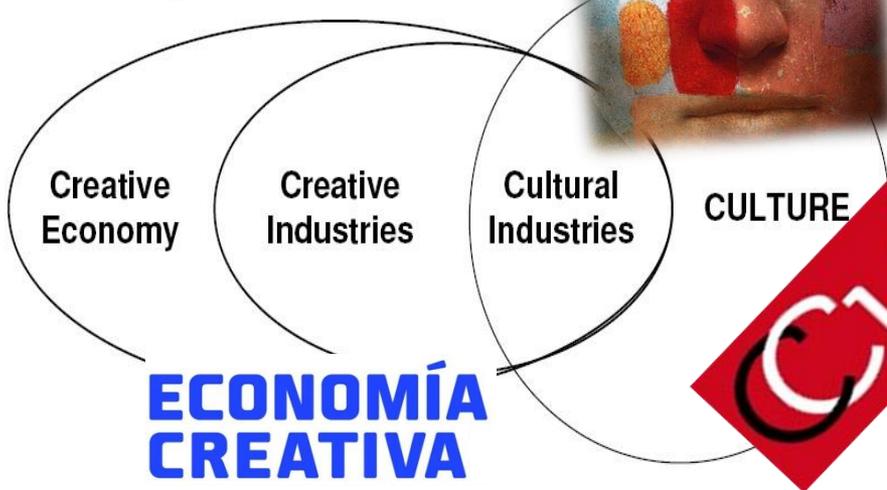
ANA CARLA FONSECA REIS

De hecho, la economía creativa parece tomar de otros conceptos características que se funden, agregándoles una característica propia. De la llamada **economía de la experiencia** reconoce el valor de la originalidad, de los procesos en colaboración y la prevalencia de aspectos intangibles en la generación de valor, fuertemente anclada en la cultura y en su diversidad. De la **economía del conocimiento** toma el énfasis en el trinomio tecnología, mano de obra capacitada y generación de derechos de propiedad intelectual, explicando porqué para algunos autores (KNELL; OAKLEY, 2007) los sectores de la economía creativa integran la economía del conocimiento, aunque ésta no da a la cultura el énfasis que la economía creativa le confiere. De la **economía de la cultura** propone la valoración de la autenticidad y del patrimonio cultural intangible único e inimaginable, abriendo las compuertas de las aspiraciones de los países en desarrollo por tener un abundante recurso en sus manos (FONSECA REIS, Ana Carla. 2008: 24).

# ECONOMÍA CREATIVA

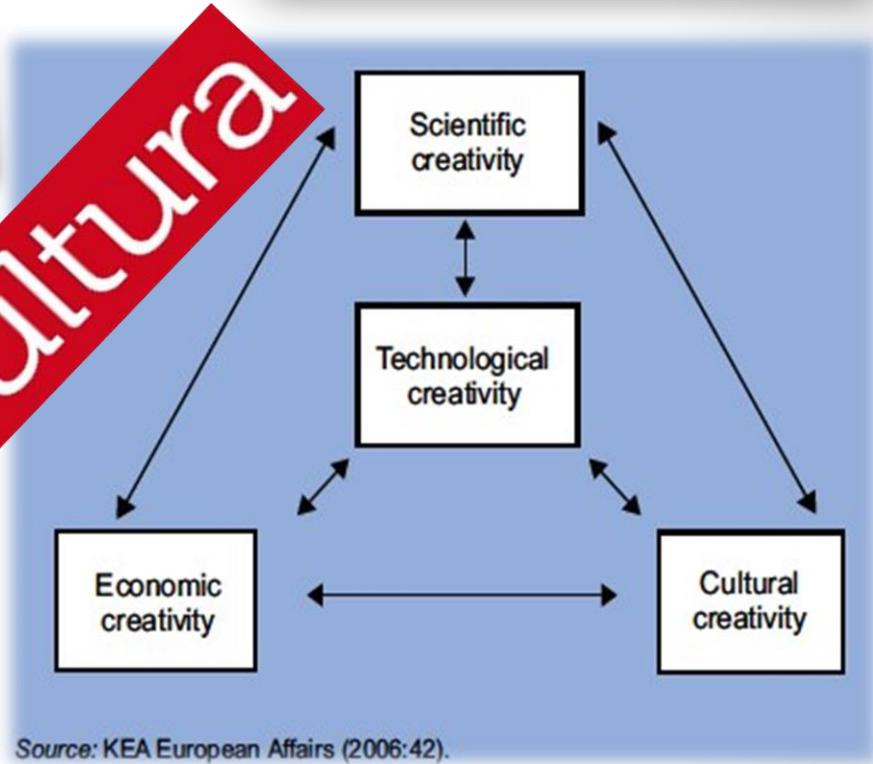
Economía y Cultura, ¿a qué nos referimos cuando mencionamos Economía Creativa?

Industrias Culturales y Creativas



**ECONOMÍA CREATIVA**

Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD), *Creative Economy Report 2008. The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making.*



Source: KEA European Affairs (2006:42).

Implica un desplazamiento fuera de los modelos convencionales y hacia un modelo multidisciplinario que abarca la interfaz entre economía, cultura y tecnología, y focalizado en la predominancia de los servicios y del contenido creativo.

## Economía y Cultura, ¿a qué nos referimos cuando mencionamos Economía Creativa?

# economía creativa



La economía creativa responde entonces a un nuevo contexto socioeconómico que, ante la caída del potencial diferenciador de las manufacturas, incorporó a las nuevas tecnologías un contrapunto de identidad fundamental de carácter cultural y de entretenimiento. El Informe sobre la economía creativa 2008 adopta la definición de “economía creativa” de la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo** (UNCTAD. 2008a: 62-63), la cual se resume de la siguiente manera:

- La economía creativa es un concepto en evolución, basado en la potencialidad de bienes creativos para generar crecimiento económico y desarrollo;
- Puede generar crecimiento económico, empleos y ganancias por exportación y al mismo tiempo promover la inclusión social, diversidad cultural y el desarrollo humano;
- Comprende aspectos económicos, culturales y sociales en interacción con la tecnología, la propiedad intelectual y los objetivos turísticos;
- Es un conjunto de actividades económicas basadas en el conocimiento y con impactos en el desarrollo de los países y que relaciona las múltiples áreas de la economía, tanto a niveles macro como micro;
- Es una opción de desarrollo factible que requiere políticas innovadoras y multidisciplinarias y acción interministerial;
- Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa.

*At the heart of the creative economy  
are the creative industries*

*Las industrias creativas se  
encuentran en el corazón de la  
economía creativa*

La economía creativa no sería entonces tan sólo un conjunto de sectores enmarcados en una nueva categoría. Y, estos nuevos sectores emergentes, a partir de los cuales se definiría el enfoque de la economía creativa, se han dado a conocer como **Industrias Creativas (que no simplemente Culturales)**. Se consideran **industrias creativas todas aquellas actividades que se generan desde la combinatoria o la intersección entre tres ámbitos disciplinarios: Arte/Cultura; Empresa/Innovación y Ciencia/Tecnología** (UNCTAD. 2004: 4).



DAVID THROSBY

Sin embargo, existen distintas perspectivas de análisis sobre dicho concepto. **John Howkins** (2001) estima que se emplea para hacer referencia a todas las industrias que generan derechos de autor, patentes, marcas comerciales y diseños industriales. En otros contextos, se utiliza para referirse sólo a industrias que producen contenido o industrias culturales. Así, **Richard Caves** (2000) entiende por industrias creativas las relacionadas con las artes, cultura y entretenimiento en general. También, **David Throsby** (2001) rescató la cultura en los debates acerca de las industrias creativas, refiriéndose a productos y servicios culturales que **incluyen creatividad en su producción, abarcan algún grado de propiedad intelectual y transmiten significado simbólico**. Para otros autores el término trata de diferenciarse de la visión filosófica del concepto de Industria de Cultural elaborado en 1947 por Max Horkheimer - Theodor Adorno desde la perspectiva de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt..

# THE ECONOMY OF INDUSTRIAS CREATIVAS

El Reino Unido fue pionero en la conceptualización de las industrias creativas y en la adopción del término mapeos (mapping) para referirse a diagnósticos como los realizados para el sector. El documento Creative Industries Mapping publicado en 1998 por el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (en adelante DCMS, por sus siglas en inglés), fue el primer intento de medición sistemática de la contribución del grupo completo de industrias creativas a la economía nacional. Aunque el término industrias creativas (Cis, por sus siglas en inglés) tiene múltiples significados y usos alrededor del mundo, en general se entienden como **aquellas que tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual** (DCMS: 1998).



Desde el punto de vista de la UNCTAD (2008a: 63):

Las industrias creativas se encuentran en el corazón de la economía creativa. Las **'industrias creativas'** pueden definirse como los *ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como insumos primarios*. Ellas comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado. Es así como surge la definición de las "industrias creativas y culturales" que las identifica, respectivamente, como industrias que producen bienes creativos y culturales

INDUSTRIAS  
CREATIVAS

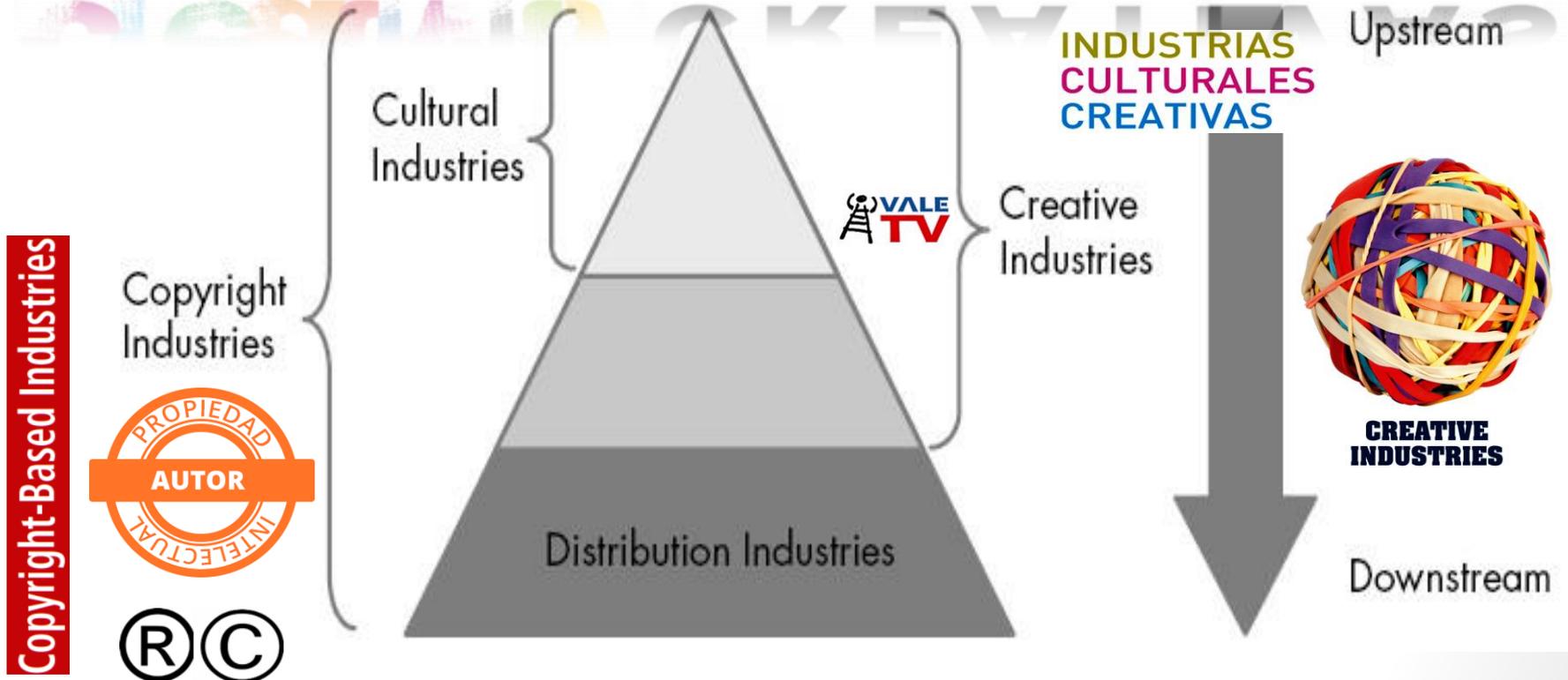
INDUSTRIAS  
CULTURALES



## ¿QUE ES LA ECONOMÍA NARANJA?

Es una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual.

# THE ECONOMY OF Creativity INDUSTRIAS CREATIVAS



**El Modelo Creative Cluster: Industrias Culturales, Creativas y de Copyright**

Fuente: MUN HENG, Tob; Adrian CHOO y Terence HO (2003: 52)

**IPDA**

**Industrias Culturales**

**Industrias Creativas**

**Entretenimiento**

Aquellas obras literarias y artísticas, es decir, comprende toda labor original de autoría, independientemente de su mérito literario o artístico que son protegidas por el Derecho de Autor (OMPI, 2003)

Industrias que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos que son intangibles y culturales en su naturaleza  
Estos contenidos son típicamente protegidos por los Derechos de Autor (UNESCO, 2000)

**ECONOMÍA CREATIVA**

Aquellas que tienen un origen en la creatividad, habilidad y el talento, tienen el potencial para la creación de riqueza y trabajo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual (UK DCMS, 2010)

**ECONOMÍA NARANJA**

Consiste en un gran número de sub-industrias dedicadas al entretenimiento a través de medios masivos de comunicación

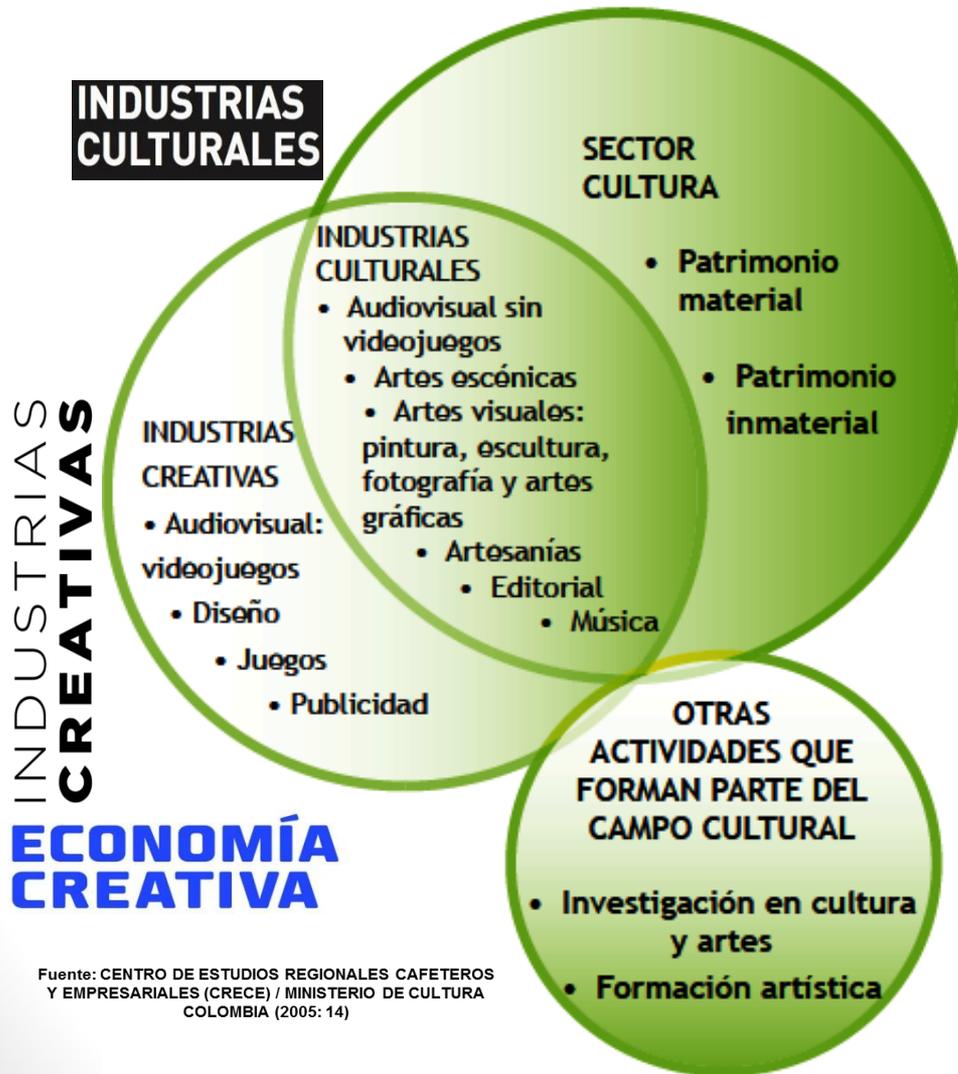
	Características	Actividades	Países
IPDA	Se divide su participación en base, interdependientes, parcialmente relacionadas, no dedicadas	Obras literarias, musicales, diseño, fotografía, etc.	42 países (Diciembre 2013)
Industrias Culturales	Tienen una doble valoración: como expresión cultural y generación de valor	Literatura, Música, Teatro	México Estados Unidos
Industrias Creativas	Importancia en el diseño Incluye empresas, individuos y organizaciones no lucrativas	Programación	Reino Unido de la Gran Bretaña
Entretenimiento	Incluye espectáculos deportivos	Filme, Video	Estados Unidos

# ECONOMÍA y CULTURA

A menudo, la cultura es considerada, en un sentido mucho más restrictivo, como el conjunto de producciones o de productos (bienes y servicios) culturales: obras de todo tipo, musicales, teatrales, cinematográficas, televisivas, etcétera. En consecuencia, lo que se denomina **el sector cultural** alcanzara un conjunto de ámbitos de ramas económicas e industriales muy amplio. Se incluyen en él las actividades de creación, producción, manufactura y distribución de bienes y servicios relacionadas con las siguientes áreas y subáreas como: el patrimonio, áreas artísticas (de la creación) que abarca el libro y la literatura, artes visuales, danza, teatro y las artes musicales; las artes del espectáculo, los medios de comunicación como publicaciones periódicas (prensa, revistas y suplementos), televisión abierta y por suscripción, radio y, las artes audiovisuales. En este sentido, la cultura toma una dimensión profesional y se ve implicada de inmediato con aspectos económicos, gerenciales y administrativos.

## TAXONOMÍA MODELOS

## EL SECTOR CULTURAL-CREATIVO



Fuente: CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES CAFETEROS Y EMPRESARIALES (CRECE) / MINISTERIO DE CULTURA COLOMBIA (2005: 14)

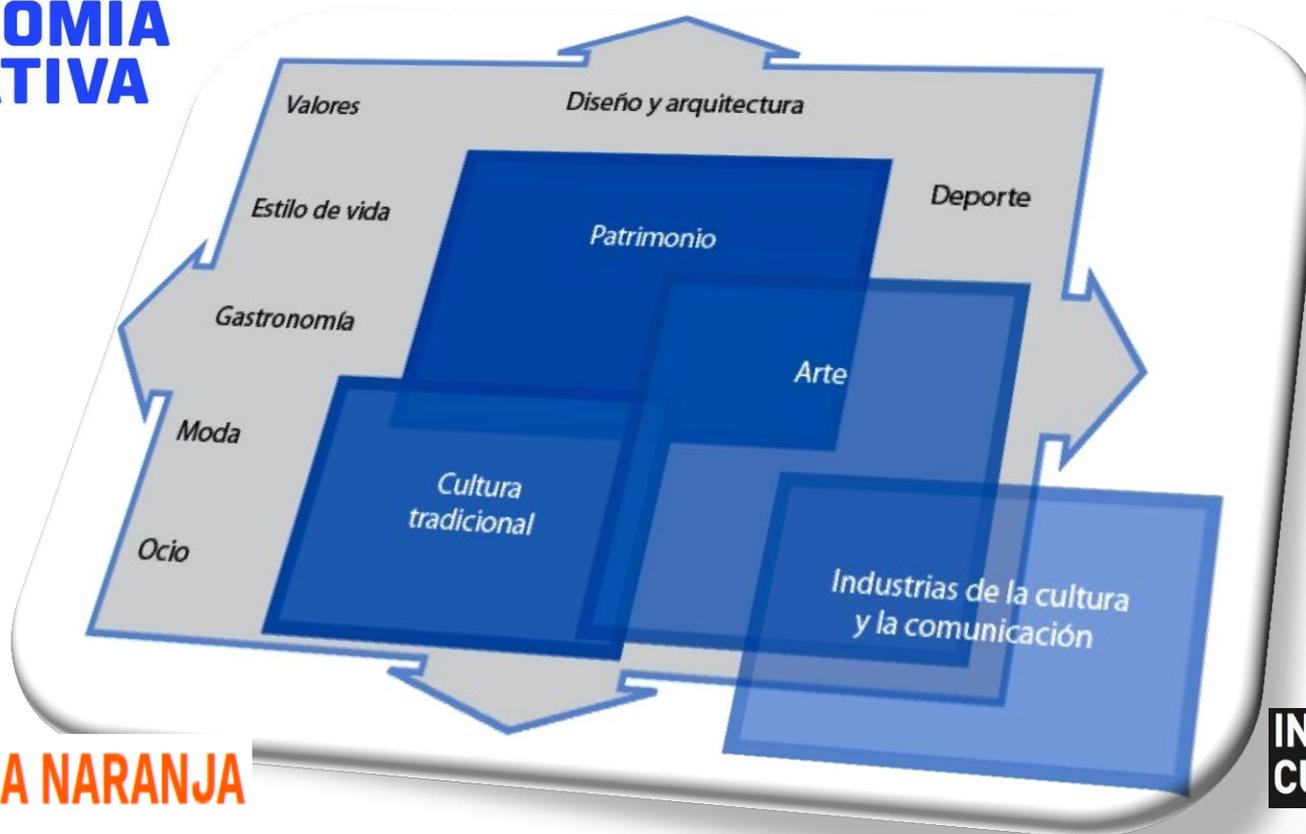
# EL SECTOR CULTURAL-CREATIVO

Fuente: Desarrollo humano y dinámicas económicas locales: Contribución de la economía de la cultura. Cuaderno sobre Desarrollo Humano. Octubre 2009 / No. 9. Pág. 25.

# ECONOMÍA y CULTURA

## ECONOMÍA CREATIVA

INDUSTRIAS CREATIVAS  
 Industrias de la CREATIVIDAD



**INDUSTRIAS CULTURALES**

## ECONOMÍA NARANJA

# THE ECONOMY OF Creativity

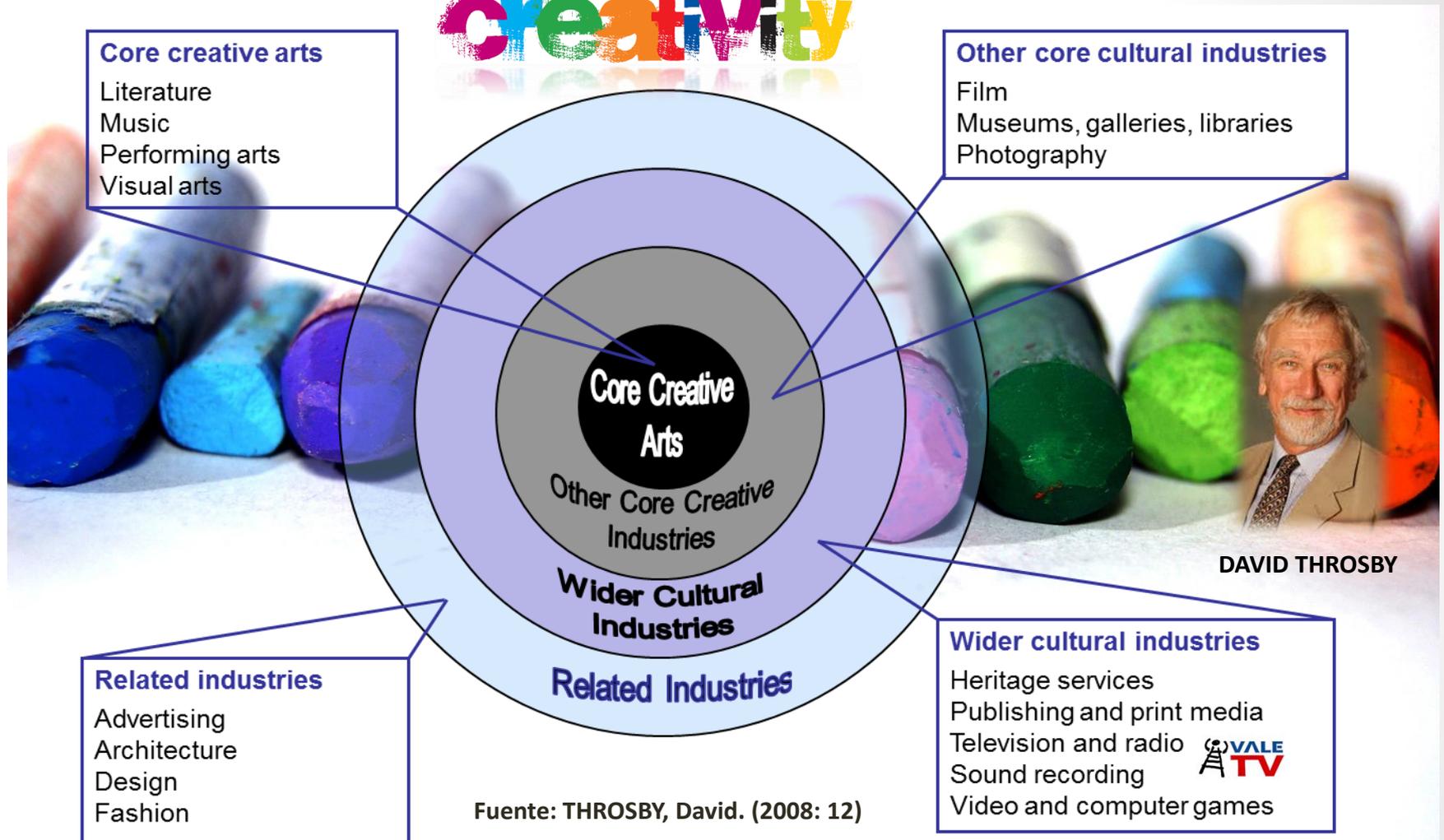
# INDUSTRIAS CREATIVAS INDUSTRIAS CULTURALES



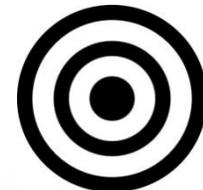
## THE CREATIVE INDUSTRIES

Advertising	Education Tech	Planning/Design	Photography
Architecture	3d Printing (of creative products)	Fashion	Publishing
Apps (for creative industries)	Digital Design	Film	Software (for creative industries)
Craft and artisan	Graphic Design	Museums	Toys and Games
Creative Sector R&D	Industrial Design	Music	TV & Radio
Culinary	Product Design	Performing Arts	Video Games

**TESIS CENTRAL**  
 la creatividad económica y tecnológica están acercándose e interactuando con la creatividad artística y cultural.



**EL Modelo de Círculos Concéntricos de las Industrias Culturales y Creativas**



# ECONOMÍA CREATIVA

INDUSTRIAS  
CREATIVAS



INDUSTRIAS  
CREATIVAS

EL Modelo de Círculos Concéntricos de las  
Industrias Culturales y Creativas



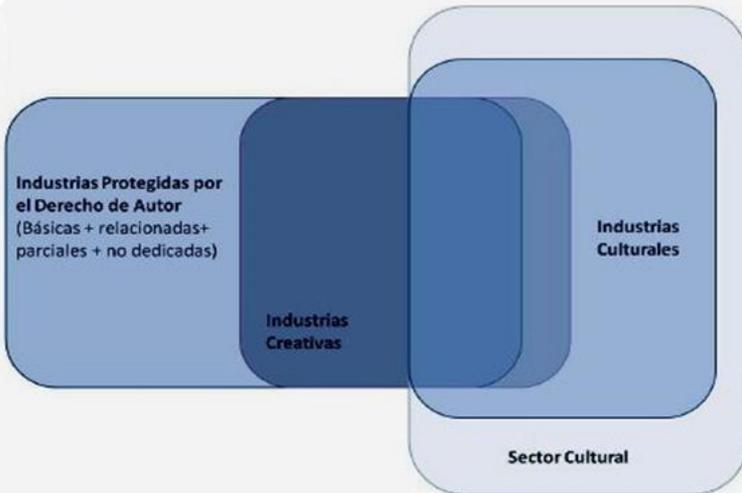


## Industrias de la **CREATIVIDAD**



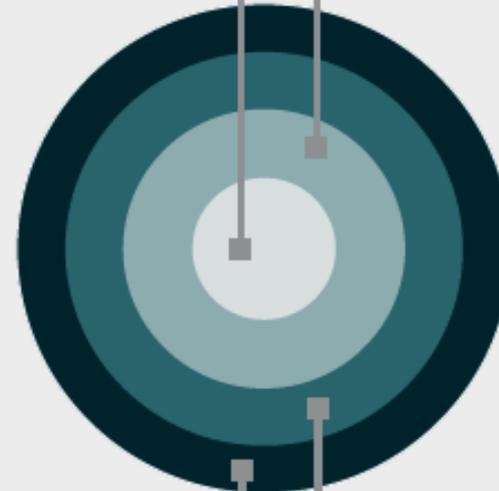
the work foundation

Fuente: Work Foundation, citado en Flew, T. (2012)



**ARTES CREATIVAS CENTRALES**  
Literatura  
Música  
Artes escénicas  
Artes visuales

**OTRAS INDUSTRIAS CULTURALES CENTRALES**  
Cine  
Museos, galerías y bibliotecas  
Fotografía



**OTROS SECTORES PRODUCTIVOS**  
Publicidad  
Arquitectura  
Diseño  
Moda

**INDUSTRIAS CULTURALES MÁS AMPLIAS**  
Servicios del patrimonio  
Edición y medios impresos  
Televisión y radio  
Grabaciones de audio  
Videojuegos

# ECONOMÍA CREATIVA

# INDUSTRIAS CREATIVAS

# 2A

# TAXONOMÍA MODELOS



**INDUSTRIAS  
CULTURALES**

Industrias de la  
**CREATIVIDAD**

CIRCLES	SECTORS	SUB- SECTORS	CHARACTERISTICS
<b>CORE ARTS FIELD</b>	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non industrial activities.</li> <li>• Output are prototypes and "potentially copyrighted works" (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).</li> </ul>
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
<b>CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES</b>	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industrial activities aimed at massive reproduction.</li> <li>• Outputs are based on copyright.</li> </ul>
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
<b>CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES</b>	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes.</li> <li>• Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance).</li> <li>• The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.</li> </ul>
	Architecture		
	Advertising		
<b>CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES</b>	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> <li>• This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria. It involves many other economic sectors that are dependent on the previous "circles", such as the ICT sector.</li> </ul>

: "the cultural sector"  
 : "the creative sector"

**EL Modelo Sector Cultural-  
Cultural**

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

27

ECONOMÍA  
y **CULTURA**

**ECONOMÍA  
CREATIVA**

## TAXONOMÍA MODELOS

- PATRIMONIO
- ARTES
- MEDIOS
- CREACIONES FUNCIONALES

CLASIFICACIÓN DE INDUSTRIAS CREATIVAS DE LA UNCTAD



**EL Modelo UNCTAD. Cuatro categorías globales y ocho subsectores**



Fuente: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD)

**1. CONOCIMIENTOS TRADICIONALES**

- a. Expresiones Culturales Tradicionales (Artesanías, Festivales, Celebraciones, Conocimientos Ancestrales)
- b. Sitios Culturales (Monumentos, Museos y Galerías, Bibliotecas)

**2. ARTES**

- a. Visuales (Pintura, Escultura, Antigüedades, Fotografía)
- b. Escénicas (Conciertos y Actuaciones, Teatro, Danza, Títeres, Opera, Circo)
- c. Literatura

**3. MEDIOS**

- a. Editorial y Publicaciones (Libros, Industria Gráfica, Industria Editorial, Prensa, Otras publicaciones)
- b. Audiovisuales (Cine, Radio, Televisión, Videos)
- c. Fonográficos (Industria Discográfica)
- d. Media Interactiva (Contenido Digital, Software Interactivo y Recreacional, Videojuegos, Animaciones, Soportes Multimediales)

**4. CREACIONES FUNCIONALES**

- a. Diseño (Interiores, Gráfico, Moda, Joyería)
- b. Servicios Creativos (Arquitectura, Publicidad, Investigación y Desarrollo Creativo, Música, Gastronomía, Servicios Culturales, Ecoturismo)

**5. DEPORTES Y JUEGOS**

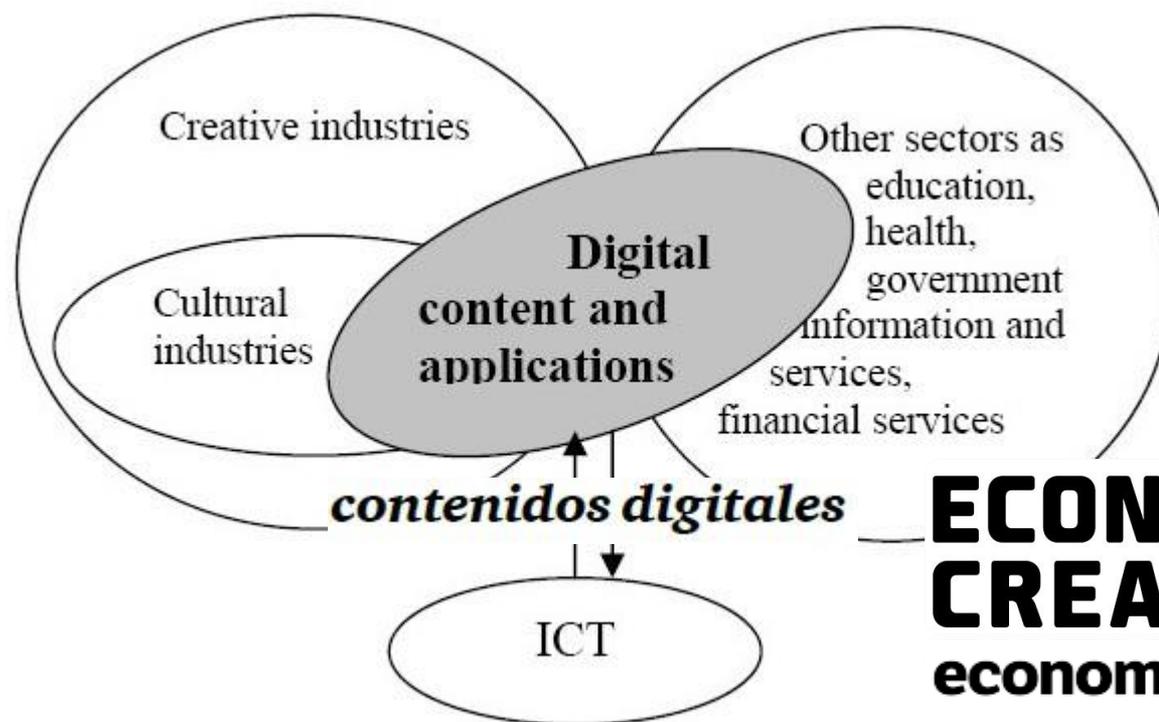
**Tomando como referencia a las clasificaciones efectuadas por  
Banco Interamericano de Desarrollo y UNCTAD**



# contenidos y servicios digitales

Un amplio abanico de innovaciones complejas y flexibles, incrementales y radicales, de proceso y de producto en los sectores de las telecomunicaciones, TI y la electrónica han generado la aparición de novedosas actividades productivas que, junto con el cambio tecnológico de las industrias de los contenidos tradicionales hacia los nuevos formatos digitales, concurren hacia un moderno sector productivo industrial: **las industrias de los contenidos digitales** (en adelante, ICD).

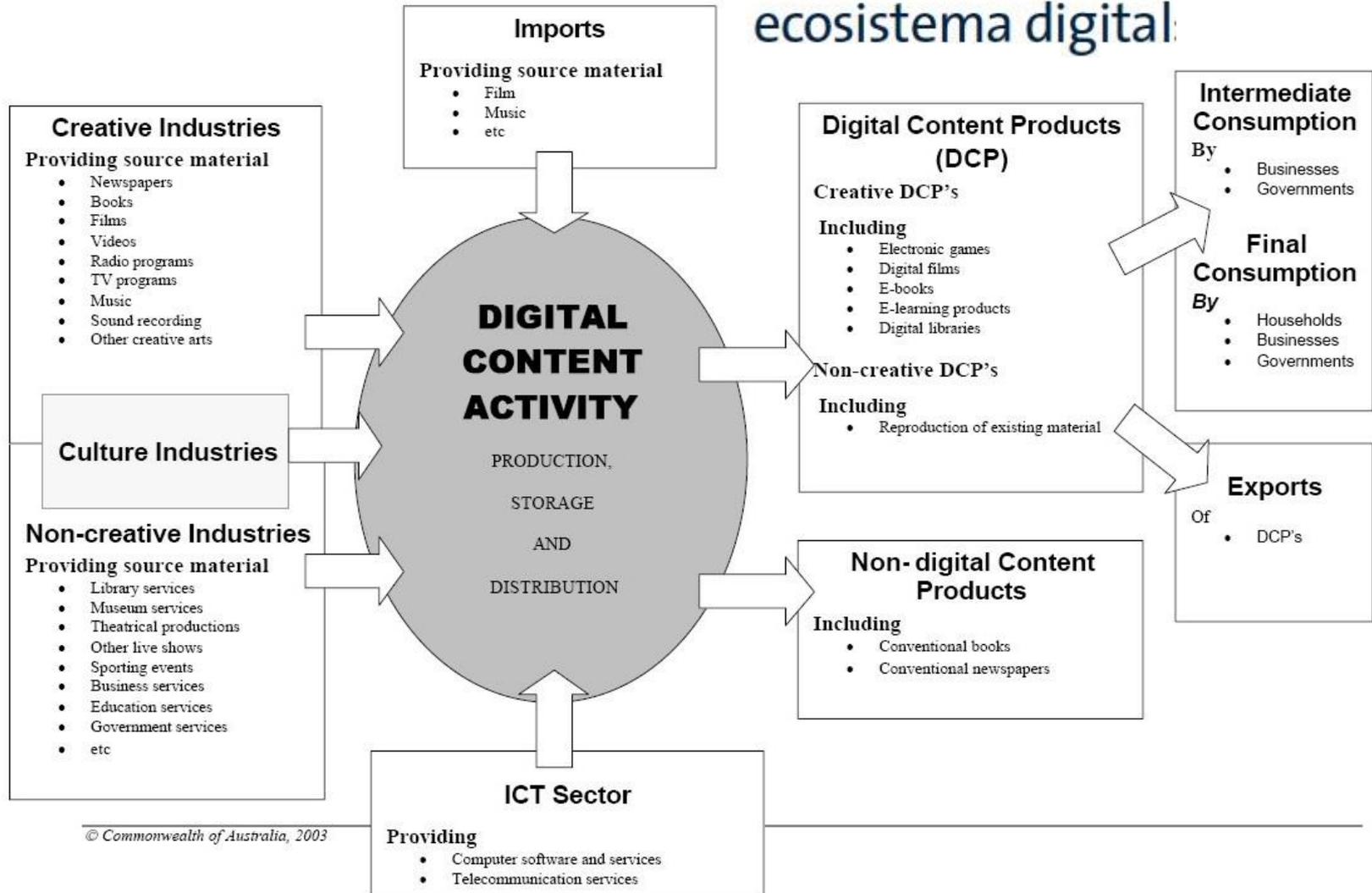
INDUSTRIAS  
**CREATIVAS**  
**INDUSTRIAS**  
**CULTURALES**



**ECONOMÍA  
 CREATIVA**  
 economía Digital

## contenidos y servicios digitales

ecosistema digital:



© Commonwealth of Australia, 2003

INDUSTRIAS CULTURALES CREATIVAS



ECOSISTEMA DE VALOR



# ECONOMÍA y CULTURA y ECONOMÍA CREATIVA

Oferta

Demanda



- Empresas e Industrias Culturales**
- Actividades, bienes y servicios culturales**
- Mercados locales y regionales**
- Formación de recursos culturales**
- Pequeñas y medianas empresas y microempresas**

Fuente: UNESCO/UIS, 2008.



ECONOMÍA  
y **CULTURA**

**ECONOMÍA  
CREATIVA**

**ECONOMÍA  
NARANJA**



**INDUSTRIAS  
CULTURALES  
CREATIVAS**

## Emprendimientos y organizaciones

### 1. Informales y comunitarios

Pueden ser emprendimientos no formalizados de carácter comunitario

Tienen desafíos para lograr ingresos sostenibles en el tiempo que les permitan desarrollar su actividad

Iniciativas de autogestión y gestión comunitaria ligadas al patrimonio, las artes y los oficios

Ejecutan proyectos con objetivos de impacto local y comunitario

Necesitan fortalecer sus capacidades y redes

### 2. Sin ánimo de lucro

Están formalizados como entidades sin ánimo de lucro ESAL

Tienen desafíos para lograr ingresos sostenibles en el tiempo que les permitan desarrollar su actividad

Iniciativas de autogestión y gestión comunitaria ligadas al patrimonio, las artes y los oficios

Ejecutan proyectos con objetivos de impacto local y comunitario

Necesitan fortalecer sus capacidades y redes

### 3. Emergentes

Están formalmente constituidas

Innovan y asumen riesgos en los contenidos que crean, producen y comercializan

Son autogestores, trabajan por proyectos y tienen fuentes de ingresos intermitentes

Requieren fortalecer capacidades y redes de intermediarios

Requieren capital semilla para el desarrollo de sus mercados y la consolidación de su modelo de negocio

### 4. En vías de consolidación

Cuentan con líneas de negocios funcionales y diversificadas

Han logrado la estabilidad de ingresos en el tiempo

Requieren financiamiento para expandir rutas de circulación y escalar el modelo de negocio

Tiene el desafío de innovar, aumentar su productividad y perfilar sus bienes y servicios para mercados más competitivos

### 5. Empresas consolidadas

Tienen trayectoria en el mercado y músculo financiero

Son demandantes de talento, productos y servicios de los emprendedores creativos

Tienen potencial de ser anclas de inversión y de expansión de mercados (exportación)

Necesitan marcos regulatorios estables, mejoramiento de infraestructuras e incentivos a la inversión



## Recursos para la operación

Instrumentos y mecanismos enfocados a facilitar el acceso a los activos que permiten a los emprendedores entregar sus propuestas de valor.

### subejos de intervención



Financiamiento



Tecnología e  
infraestructura



Talento



## Asistencia para el negocio

Instrumentos y mecanismos desarrollados con el fin de fortalecer los modelos de negocio de los emprendedores culturales y creativos.

### subejos de intervención



Programas de  
descubrimiento  
emprendedor



Comercialización



Servicios para plan  
de negocios



## Regulación y competencia

Lineamientos enfocados a promover las condiciones propicias y un entorno favorable para que surjan, se consoliden y prosperen emprendimientos culturales y creativos.

### subejos de intervención



Legislación e  
incentivos  
fiscales y tributarios



Competencia



## Mentalidad y cultura

Programas formulados con el objeto de promover una mentalidad y cultura de emprendimiento entre los sectores culturales y creativos.

### subejos de intervención



Motivación



Sostenibilidad

## Carlos Enrique Guzmán Cárdenas



Doctorante en Humanidades, Magíster Scientarium en Administración (2002), Especialista en Ciencias Administrativas, Mención Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo (1997) y Sociólogo por la Universidad Central de Venezuela (UCV). Profesor Asociado e investigador del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (ININCO-UCV). Profesor Asociado en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Coordinador General y docente de la *Maestría en Gestión y Políticas Culturales de la UCV*. Responsable de líneas de “Sociedad Informacional, Política y Economía de la Comunicación y la Cultura”, “Comunicación, Culturas Urbanas y Ciudadanía” y “Comunicación Empresarial y Gestión de los Intangibles” del ININCO-UCV. Director del ININCO-UCV (2013-2017). Director Editor del Anuario ININCO/ Investigaciones de la Comunicación. (2005-2017).

Ha publicado siete libros y co-autor de tres sobre Políticas Culturales, Economía de la Cultura y Consumo Cultural. Su último libro *Economía Creativa e Innovación. Industrias Creativas, Culturales y de Contenidos Digitales* (2012, Editorial Académica Española). Autor de capítulos en más de 25 libros. Colaborador en diversos diarios y revistas nacionales e internacionales con más de 65 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). Miembro de Comités Editoriales de Revistas Internacionales sobre Comunicación. Tutor de 95 proyectos de Trabajos Especial de Grado (TEG) y Trabajos de Grado (TG) de postgrado (2002-2019) y 22 proyectos de Trabajos de pregrado en distintas universidades nacionales. Coordinador y gestor de 27 proyectos de estudios, tanto nacional como internacional (1997-2018). Conferencista nacional e internacional con más de 95 ponencias en Industrias Creativas, Contenidos Digitales, Comunicación Empresarial, Investigación y Marketing de Medios de Comunicación, TIC's, Telecomunicaciones, Economía de la Cultura, Políticas Culturales y Gestión Cultural. Consultor internacional.

©©Prohibida su reproducción total o parcial sin la debida autorización del autor.  
(Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1 Octubre de 1993).

