



FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS

AÑO ACADÉMICO 2015-2016

TRABAJO DE GRADO

**ESTUDIO DE MERCADO DE LA DEMANDA DE ESPACIOS CULTURALES
EN EL OESTE DEL MUNICIPIO LIBERTADOR DE CARACAS**

RACINES LOZADA, Wendy

Tutor

NAVARRO GIL, Pedro

Caracas, septiembre 2016

Para mis padres, Yolanda y Javier, por su amor incondicional.

Y para Caracas, mi amada ciudad de contrastes.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme el don de la más rebelde perseverancia. A Yolanda, mi madre, por creer en mí incluso cuando yo no lo entienda y permitirme heredar la vocación de ser comunicadora social. A Javier, mi papá, por toda la paciencia y complicidad a lo largo de los años, por estar siempre. A mi hermano, mi futuro colega y gran amigo. A mi abuela porque sus ojos aguarapados me acompañaban siempre que no podía más. Gracias a toda mi familia por estar, de alguna u otra forma, siendo ese apoyo e ilusión que amo y celebro en estas líneas.

A Manuel por el arte y la razón, por creer en todas las locuras que me invento. A Raquel por ser naturalmente y esencialmente incondicional, mentora, amiga y, siempre, compañera en el sueño de tener nuestro centro cultural. A Carmen, mi cordura. A Thamara, mi acuarela. A Victoria, mi bunny; mis tres personas favoritas en 5 años de carrera.

Al profesor Carlos Guzmán Cárdenas por ser la luz en mitad de una oscuridad incierta. Al profesor Pedro por aceptar el reto. A Valentina Hidalgo por inspirar la vena periodística a raudales y poner aquí sus lentes de pasta.

A Humberto Valdivieso, Héctor Barboza, Juan Carlos Ballesta, Jannabel Hernández, David Villegas, Marlene Gomes, María Alejandra Vera, Ingrid Martínez, Nicolás Rivero, Marcelino Bisbal, Nicolás Barreto, Osvaldo Burgos y a cada uno de los participantes de los grupos focales por tomarse el tiempo de conversar sobre cultura en tiempos tan adversos. Especialmente a María Guinand por abrirme las puertas de su casa y de su corazón.

A Pamela por ser un gran equipo de tesis, a la distancia. A los guapos que me acompañaron en la carrera, sin sus consultorías a último minuto no sabría ni escribir correctamente esta página.

A Armando, Lean Content y mi Gus, porque son mi sueño estéreo y siempre me llevaron para que los lleve por estas páginas y trasnochos.

A Jorli, Daniela, Rebeca, Ana Milena, Diana, Fátima, Marymar y el grupito de amor por ser una gran compañía. A Martín, Abraham, Valeria, Stephanie, Gabi Hernández, Yazmín Moreno y Luz por el apoyo.

A Teatro UCAB por ser mi guarida de intelecto y creatividad.

Y a todos los amigos y personas que de algún modo participaron y apoyaron parte de este proceso que apenas comienza. ¡Gracias totales!

ÍNDICE

ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	10
1.1 <i>Descripción del problema</i>	10
1.2 <i>Objetivos de la investigación</i>	11
1.3 <i>Objetivo general</i>	11
1.4 <i>Objetivos específicos</i>	11
1.5 <i>Justificación</i>	12
1.6 <i>Delimitación</i>	14
CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL	15
2.1 <i>Aproximación a la cultura</i>	15
2.2 <i>Cultura y ciudad</i>	16
2.3 <i>Políticas culturales</i>	18
2.4 <i>Políticas culturales a escala local: Factor proximidad</i>	21
2.5 <i>Consumo cultural</i>	24
2.6 <i>El ciclo cultural</i>	24
2.7 <i>Dominios culturales</i>	26
2.8 <i>Espacios culturales</i>	30
2.9 <i>Agentes culturales</i>	34
2.10 <i>La investigación de mercados</i>	40
2.11 <i>Clasificación de la investigación de mercados</i>	41
2.12 <i>Proceso de investigación de mercados</i>	41
2.13 <i>Marketing cultural</i>	42
CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL	45
3.1 <i>Entorno general: Venezuela actual</i>	45
3.1.1 <i>Entorno económico</i>	45
3.1.2 <i>Entorno político y social</i>	46
3.1.3 <i>Entorno cultural</i>	47

3.2	<i>Entorno específico: Área Metropolitana de Caracas</i>	50
3.2.1	<i>Municipio Libertador</i>	51
3.2.2	<i>Parroquia San Juan</i>	53
3.2.3	<i>Parroquia El Paraíso</i>	53
3.2.4	<i>Parroquia La Vega</i>	54
3.3	<i>Políticas culturales en Caracas</i>	54
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO		56
4.1	<i>Modalidad de la investigación</i>	56
4.2	<i>Tipo y diseño de investigación</i>	56
4.3	<i>Diseño de variables de la investigación</i>	57
4.3.1	<i>Espacios culturales</i>	57
4.3.2	<i>Recreación en espacios culturales</i>	58
4.3.3	<i>Perfil del consumidor de espacios culturales</i>	59
4.4	<i>Operacionalización de variables</i>	61
4.5	<i>Unidades de análisis</i>	65
4.5.1	<i>Espacios culturales</i>	65
4.5.2	<i>Gerentes de espacios culturales</i>	65
4.5.3	<i>Expertos en áreas de gestión cultural o afines</i>	65
4.5.4	<i>Vecinos</i>	65
4.6	<i>Instrumentos de medición</i>	65
4.6.1	<i>Entrevistas exhaustivas</i>	66
4.6.2	<i>Grupos focales</i>	66
4.7	<i>Validación de instrumentos de medición</i>	67
4.8	<i>Población</i>	67
4.8.1	<i>Espacios culturales</i>	67
4.8.2	<i>Gerentes de espacios culturales</i>	67
4.8.3	<i>Expertos en áreas de gestión cultural o afines</i>	67
4.8.4	<i>Público</i>	67
4.9	<i>Muestra</i>	68
4.9.1	<i>Espacios culturales</i>	68
4.9.2	<i>Gerentes de espacios culturales</i>	69

4.9.3	<i>Expertos en áreas de gestión cultural o afines</i>	70
4.9.4	<i>Vecinos</i>	71
CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS		72
5.1	<i>Base de datos de espacios culturales</i>	72
5.1.1	<i>Teatro San Martín</i>	75
5.1.2	<i>Museo Francisco Narváez</i>	76
5.1.3	<i>Biblioteca Central "Felipe Guevara Rojas"</i>	77
5.1.4	<i>UPEL Instituto Pedagógico De Caracas</i>	78
5.1.5	<i>Teatro Paraíso del INCRET</i>	79
5.1.6	<i>Cines Unidos Galerías Paraíso</i>	80
5.1.7	<i>Hacienda La Vega</i>	81
5.1.8	<i>Teatro Alí Gómez García</i>	82
5.1.9	<i>Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza</i>	83
5.1.10	<i>Universidad Católica Andrés Bello</i>	84
5.1.11	<i>Otros espacios culturales</i>	85
5.1.12	<i>Mapa de espacios culturales activos</i>	86
5.2	<i>La visión de los expertos</i>	87
5.3	<i>La visión de los vecinos</i>	99
5.3.1	<i>Grupo focal A – Parroquia El Paraíso</i>	106
5.3.2	<i>Grupo focal B – Parroquia La Vega</i>	115
5.3.3	<i>Grupo focal C – Parroquia San Juan</i>	121
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		128
6.1	<i>Conclusiones</i>	128
6.2	<i>Recomendaciones</i>	135
BIBLIOGRAFÍA		137
ANEXOS.....		146
7.1	<i>Guía de entrevista a gerentes culturales</i>	146
7.2	<i>Guía de entrevista a expertos</i>	148
7.3	<i>Guía de discusión de grupo focal</i>	149
7.4	<i>Consentimiento firmado para grupo focal</i>	157
7.5	<i>Entrevistas a gerentes culturales</i>	159

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Ciclo Cultural.	25
<i>Figura 2</i> Marco para los dominios de estadísticas culturales.	27
<i>Figura 3</i> Áreas de intersección entre los agentes.	37
<i>Figura 4</i> Modelo de marketing de la cultura y de las artes.	44
<i>Figura 5</i> Mapa del Área Metropolitana de Caracas.	50
<i>Figura 6</i> Fachada del Teatro San Martín.	75
<i>Figura 7</i> Fachada del Museo Francisco Narváez.	76
<i>Figura 8</i> Entrada de la Biblioteca Central “Felipe Guevara Rojas”.	77
<i>Figura 9</i> Entrada del Instituto Pedagógico de Caracas.	78
<i>Figura 10</i> Fachada del Teatro Paraíso del INCRET.	79
<i>Figura 11</i> Fachada del Centro Comercial Galerías Paraíso.	80
<i>Figura 12</i> Fachada de la Hacienda La Vega.	81
<i>Figura 13</i> Fachada del Teatro Alí Gómez García.	82
<i>Figura 14</i> Fachada del Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza.	83
<i>Figura 15</i> Jardines de la UCAB.	84
<i>Figura 16</i> Mapa de municipios y parroquias de Caracas modificado con la base de datos.	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Tipos de equipamientos especializados</i>	32
Tabla 2 <i>Clasificación de Agentes Culturales</i>	36
Tabla 3 <i>Ubicación y superficie de las parroquias del Municipio Libertador</i>	52
Tabla 4 <i>Actividades de FUNDARTE</i>	55
Tabla 5 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	61
Tabla 6 <i>Registro de otros espacios culturales</i>	85
Tabla 7 <i>Matriz de Entrevista a Expertos</i>	87
Tabla 8 <i>Matriz de respuestas del grupo focal A (El Paraíso)</i>	106
Tabla 9 <i>Matriz de respuestas del grupo focal B (La Vega)</i>	115
Tabla 10 <i>Matriz de respuestas del grupo focal C (San Juan)</i>	121
Tabla 11 <i>Matriz de respuestas de entrevistas a gerentes culturales</i>	159

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, en 1980, el mercadeo cultural ha desafiado las convenciones que aún no conciben como natural el estudio de la cultura como objeto de mercado. Con el pasar del tiempo, numerosos teóricos han intentado definir el comportamiento de un mercado tan complejo como el de las artes y la cultura hasta detenerse en el estudio de la demanda o consumo cultural, es decir, la mirada de los consumidores de bienes y servicios culturales, incluyendo sus usos y formas de apropiación. La demanda cultural, como variable, ha sido estudiada desde múltiples perspectivas teóricas: estudios culturales, semiótica, antropología, sociología, economía e, incluso, la comunicación social, a través de encuestas y otras técnicas metodológicas para indagar en las necesidades y gustos del público.

Actualmente, este campo está cobrando mayor interés en América Latina debido a la necesidad de diseñar políticas públicas culturales más asertivas y potenciar la cultura como motor de desarrollo socioeconómico para los países; no en vano, varios países (incluyendo a Venezuela) han aplicado recientemente la Encuesta Nacional de Consumo Cultural, como una primera aproximación hacia el entendimiento de las necesidades de los públicos.

Cabe destacar que, en Venezuela, la implementación de políticas culturales locales no es todavía el común denominador; por el contrario, la falta de registro, medición y planificación ha truncado el camino de un sano desarrollo municipal. Asimismo, fenómenos sociopolíticos y socioeconómicos como la polarización, la inflación o la escasez de alimentos han desviado el encuentro y la democratización de la cultura de la agenda pública, lo cual complica la gobernanza y limita las posibilidades de consenso y participación entre los distintos agentes culturales, los ciudadanos y la dinámica de la ciudad como “hecho cultural”.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

1.1 *Descripción del problema*

El Municipio Libertador de Caracas es un territorio amplio, complejo y muy urbanizado, en la que confluyen distintas clases socioeconómicas y se habla de una gran tradición arquitectónica y cultural, con un gran despliegue de infraestructura cultural en el centro (Casco Histórico de Caracas).

No obstante, al recorrer las parroquias periféricas al centro, es posible evidenciar que el oeste de la ciudad cuenta con un gran número de habitantes por parroquia y un menor volumen de espacios dedicados a la cultura. Esto refleja que existe una distribución desigual y poco concentrada de espacios culturales en la ciudad de Caracas. Paradójicamente, el oeste de la ciudad posee una densidad poblacional mayor que en la zona central. La oferta de espacios culturales del oeste probablemente no parece ser suficientemente diversa como para atender a toda la población, lo cual genera un fenómeno de movilización de los vecinos hacia otras fuentes de actividades culturales en otros puntos de la ciudad.

Por otro lado, la cultura lucha por estar presente en una agenda pública centralizada en resolver otros problemas más urgentes, tales como la inflación, la escasez de alimentos, la inseguridad, la violencia, la polarización política, entre otros problemas característicos de la Venezuela actual. Ante este panorama, la cultura no suele encabezar la lista de prioridades, al no ser una necesidad que garantice la supervivencia de las personas. Sin embargo, la cultura es un factor determinante para el desarrollo de cualquier sociedad y algunos teóricos aseguran que es indispensable para la calidad de vida de las personas, por lo tanto, surge la necesidad de dedicar esfuerzos en materia de gestión, planificación y mercadeo cultural para poder conocer las necesidades, expectativas e inquietudes del público de cara a la oferta cultural.

1.2 *Objetivos de la investigación*

1.3 *Objetivo general*

- Analizar la demanda de espacios culturales en los vecinos del oeste del Municipio Libertador (Caracas)

1.4 *Objetivos específicos*

- Crear una base de datos de los espacios destinados a la recreación cultural.
- Analizar las expectativas de uso y apropiación de los espacios culturales.
- Relacionar el servicio de espacios culturales con la teoría del factor de proximidad de las políticas culturales.
- Establecer recomendaciones para mejorar el servicio de espacios culturales en función del interés del público.

1.5 *Justificación*

La cultura forma parte integral y esencial de nuestra vida diaria, es un componente fundamental en nuestra educación y es lo que nos permite manejar códigos y símbolos al comunicarnos. Al aproximarnos al estudio de la cultura y, especialmente, a la interacción de las manifestaciones y representaciones culturales con las personas, podremos entender y aproximarnos más a una sociedad determinada. No en vano, la comunicación está estrechamente ligada a la cultura y su desarrollo.

Al considerar la delimitación de esta investigación, se identificó un área poco estudiada desde la comunicación social, el consumo cultural, y un territorio que, aparentemente, está más desatendido: el oeste del Municipio Libertador de Caracas. Delia Meneses en su artículo *En el oeste cultura y recreación quedan lejos de la ciudadanía* para El Universal: “partiendo de la premisa de que la cultura es vida, el oeste de la capital se presenta como un cuerpo desahuciado. Allí viven más de dos millones de personas que apenas si tienen forma de canalizar sus inquietudes culturales y de esparcimiento” (Meneses, 2009)

Este fenómeno, de múltiples dimensiones y complejidades, parece agudizarse con el pasar del tiempo, a pesar de los esfuerzos orientados a la recuperación de patrimonios y espacios culturales por parte de los organismos oficiales, así como de la creación de nuevas industrias culturales y de la organización de grandes festivales de teatro, música, poesía y otras ofertas culturales en distintos puntos culturales de la ciudad.

Aunado a esto, el sociólogo Carlos Guzmán Cárdenas, reconocido por sus estudios en cultura y consumo, asevera que “aún Venezuela no ha logrado realmente aprovechar sus extensiones creativas para fomentar a través de políticas públicas, principalmente culturales y comunicacionales, el desarrollo del sector cultural-creativo” (Guzmán Cárdenas, *Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas*, 2013). Mientras que, el también sociólogo, Tulio Hernández señala que las principales fallas del gobierno en

cultura se traducen en "discontinuidad administrativa, no ha habido un proyecto cultural de Estado ni nada equivalente; y la desprofesionalización de la gestión cultural" (Tulio Hernández citado en Rodríguez V., 2016). Este problema se complementa con la ausencia de datos estadísticos sistematizados, un inventario o mapa cultural que muestre la evolución de los equipamientos culturales en la ciudad.

Esta situación genera barreras y limitaciones para el cumplimiento del Artículo 111 de la Constitución Bolivariana de Venezuela que señala al deporte y a la recreación como factores de la calidad de vida y salud pública (por ende, obligación de Estado), así como de la Ley Orgánica de Cultura y sus exigencias en materia de políticas culturales y de defensa de los derechos culturales de los ciudadanos. Derecho que, además, se incluye en el artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, el cual expresa que "toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten". (Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948, Art. 27)

Es por ello que esta investigación pretende servir como puente para que las demandas de los vecinos del oeste de Caracas lleguen a los agentes culturales con el fin de evaluar el estado de las políticas culturales y su relación directa con las necesidades de la población.

Deben construirse nuevos significados económicos y sociales a la luz del contexto cultural, significados que se han reproducido una y otra vez dejando de lado aspectos tan importantes para la vida humana, como son las relaciones interpersonales que hacen al ser social; el comportamiento individual que afecta a una población por su responsabilidad moral; la satisfacción de las diversas necesidades humanas, su capacidad para disfrutarla y la valoración de cada una de ellas; los derechos fundamentales de libertad, igualdad y disfrute de las

condiciones de vida que permitan llevar una vida digna(...)
(Cardona & Agudelo, 2005)

1.6 *Delimitación*

La realización de este trabajo de grado ha de realizarse en las parroquias El Paraíso, La Vega y San Juan del Municipio Libertador de Caracas en el período comprendido desde octubre 2015 hasta agosto 2016.

Esta investigación de mercados busca analizar el consumo cultural de las personas domiciliadas en tres parroquias representativas del oeste de Caracas sobre el servicio de espacios culturales de las zonas donde residen.

La intención principal es evaluar la situación actual de la oferta de espacios culturales y cómo los vecinos reconocen, usan, disfrutan y se apropian de dichos lugares para la recreación cultural.

CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL

“La cultura es una dimensión básica para reimaginar el mundo” Agenda 21

2.1 Aproximación a la cultura

Para poder entender las dimensiones de la cultura en la ciudad, es pertinente examinar los elementos que estructuran la definición del concepto madre: cultura. En su acepción más general, el término cultura puede entenderse como "el conjunto de características distintivas espirituales, materiales, intelectuales y emocionales de una sociedad o grupo social que abarcan no sólo el arte y la literatura, sino estilos de vida, formas de vivir juntos, sistemas de valor, tradiciones y creencias" (UNESCO, 2002)

La cultura, al ser examinada desde un paradigma más operativo, “abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o de un modo más complejo, la cultura abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social” (García Canclini, *Diferentes, desiguales y desconectados*, 2004, págs. 30-34). En definitiva, la cultura es compleja en su definición, no en vano Alfred Kroeber y Clyde K. Klukhohn recolectaron, en 1957, alrededor de 300 formas de conceptualizarla. (García Canclini, 2004)

Es posible destacar que ambas definiciones sitúan a la cultura en la pluralidad de un *conjunto* de elementos (en su mayoría de carácter intangible) que están estrechamente relacionados con dos términos también amplios en sus interpretaciones, lo *social* y la *vida*. Para efectos de la presente investigación, se entiende por cultura al conjunto de procesos sociales de significación, producción, circulación y consumo que están ligados a las características espirituales, materiales, intelectuales y emocionales de un grupo social, haciendo énfasis en el sector creativo de la industria cultural (arte y literatura).

Por otro lado, resulta fundamental entender la influencia de la cultura en una sociedad y cómo, a lo largo de los años, organismos internacionales como la UNESCO han establecido que la cultura es un factor elemental del desarrollo humano. No en vano, la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO se basa en fomentar el apoyo de los Estados por el principio de la diversidad cultural estableciendo que este es equiparable con la diversidad biológica; así como el apoyo a un pluralismo cultural en el que se garantice la interacción, inclusión y participación de todos los ciudadanos (UNESCO, 2002). También, como resume Edgar Montiel, dicha declaración busca promover el interés de los Estados en “a. reconocer la dimensión cultural del desarrollo; b. afirmar y enriquecer las identidades culturales; c. ampliar la participación en la vida cultural; d. apoyar la cooperación internacional”. (Oficina de UNESCO en Montevideo, 2006)

La cultura se percibe cada vez más tanto como un medio para el desarrollo, es decir, como medio cuyo fin es promover y sostener el progreso económico, y como un efecto del desarrollo, es decir, como forma de dar significado a nuestra existencia. (...)El hecho que la cultura ejerce una importante influencia en el comportamiento de las personas, en su contribución al proceso de desarrollo económico y social y a su bienestar, hoy es ampliamente reconocido. (UNESCO como se cita en Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

2.2 *Cultura y ciudad*

Si se entiende el territorio como “una construcción social, el fruto de la interacción histórica de los grupos humanos en su proceso de apropiación y transformación de la naturaleza” (Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos, 2015) es posible decir que el territorio se deriva de la relación entre la sociedad y el espacio físico: cómo se desplaza en él, cómo interactúa con él, cómo le agrega o quita significación, cómo lo percibe y utiliza. Esa constante interacción entre la sociedad y el espacio físico donde ella habita es suficiente para pensar en el binomio cultura-ciudad.

La dimensión cultural adjunta a un territorio se manifiesta, según la Organización Mundial de Ciudad y Gobiernos Locales Unidos (2015), en los hábitos de los ciudadanos, su patrimonio, la arquitectura, el arte público, la estructura del espacio público y la relación con el medio ambiente. Es decir, esta dimensión funciona en la medida en que la sociedad misma que participa en la construcción de significación cultural ocupa un territorio determinado.

La ciudad como fenómeno cultural es una de las expresiones más acabadas de lo que llamamos modernidad. Es en la ciudad donde las relaciones de individualismo, responsabilidad, anonimato, capacidad de libre elección, racionalidad, etc., parecen formar parte del modo de vida de los habitantes que ahí desenvuelven sus vidas y que, a la vez, son cualidades sostenidas por las actividades de consumo.(...) El consumo es una de las formas actuales de constituir ciudadanía(...). (Fundación Polar, 1999)

Asimismo, este binomio añade un factor esencial a la definición de cultura como proceso social de significación: el carácter esencialmente urbano de aquello que se conoce como “lo cultural”, dado que su producción, circulación y consumo se ubica en contextos de comunicación y cotidianidad que ocurren en una sociedad que interactúa permanentemente con el lugar en el que habita y se desarrolla.

Cabe destacar que la relación cultura-ciudad no puede entenderse como una subordinación del espacio sobre la cultura: la cultura, por definición y praxis, es capaz de configurar y modificar el territorio, a través de la planificación cultural, el imaginario colectivo, la apropiación del espacio urbano, las formas de consumo cultural en lo urbano, las necesidades expresivas o comunicativas, etc. Ese conjunto de elementos simbólicos que representan la dimensión cultural de una sociedad es capaz de afectar al territorio, entendido, finalmente, como “aquel espacio físico o virtual que se articula alrededor de un conjunto de formas simbólicas compartidas.” (Rausell, Abeledo, Carrasco, & Martínez, 2007)

No obstante, también es importante considerar cómo la evolución de la sociedad, a través de fenómenos como la tecnología, la globalización, el

postmodernismo y la hibridación cultural, ha demostrado el poder extensivo y eficaz de la cultura, tal y como lo describió García Canclini (1989) al hablar de la desterritorialización de los procesos simbólicos, su transnacionalización, la recomposición de las culturas urbanas, la reordenación del espacio público y privado, las migraciones y el turismo de masas.

Por ejemplo, pensar que la cultura está adherida a un territorio específico puede tratarse de una postura en desuso al entenderla desde el sentido de la producción simbólica, Pero al hablar de la planificación y la organización de los procesos culturales, de la gestión cultural o, simplemente, la política pública, el binomio cultura-ciudad parece ser una forma de entender y diseñar planes en su favor, tal y como sugiere Pose:

En numerosos planes de acción de naturaleza estratégica, la cultura se recoge asociada, en demasía, a la revitalización local; al incentivo del desarrollo económico; al equilibrio del diseño y de la planificación urbana y territorial, fortaleciendo la identidad de esa comunidad así como proyectando su imagen hacia el exterior o como apoyo a las industrias culturales, todos ellos referentes que reflejan una concepción amplia de la cultura para articular políticas que, a su vez, se materializan en iniciativas de diverso calado. (Pose, 2008)

Carlos Guzmán Cárdenas parafrasea a Jesús Martín-Barbero, “las ciudades son los únicos territorios sin fronteras en el que se vive a la vez una experiencia profunda de identidad local y una relación directa con el mundo, donde lo privado y lo público se interpenetran” (Guzmán Cárdenas, Las nuevas síntesis urbanas de una ciudadanía cultural (La ciudad como objeto de consumo cultural), s.f.) para explicar el rol que juega la ciudad dentro de la construcción de símbolos y la apropiación cultural de sus habitantes.

2.3 *Políticas culturales*

Pensar la política desde la cultura significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder; lo cual sitúa la democratización de la sociedad en la propia trama cultural y comunicativa de la política. Entonces la comunicación y la cultura constituyen hoy tanto objetos primordiales de políticas como un campo estratégico de batalla política: el que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de

pertenencia a una comunidad– para enfrentar la erosión del orden colectivo. (Martín-Barbero, 2002)

Al incluir el tema de la cultura en la agenda política, se puede hablar de política cultural. Esta forma parte del compendio de decisiones que atañen a la política pública de un Estado, las cuales representan el “(...)conjunto de decisiones que tienen por objeto el gobierno de bienes o de recursos en sectores que un Estado considera prioritarios” (Oficina de UNESCO en Montevideo, 2006). Vidal-Beneyto, en 1981, definió la política cultural como:

El conjunto de medios movilizados y de acciones orientadas a la consecución de fines, determinados éstos y ejercidas aquéllas por las instancias de la comunidad —personas, grupos e instituciones— que por su posición dominante tienen una capacidad de intervención en la vida cultural de la misma. (Vidal-Beneyto citado en Ben Andrés, Luis, 2014)

Las políticas culturales de Estado están regidas, desde 2005, por el marco legal de la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO con el fin de conducir el cumplimiento de los derechos humanos culturales. En este sentido, Edgar Montiel destaca los principios más importantes para sentar las bases de una política cultural:

- Respeto a la libertad de expresión y de creación.
- Respeto a las particularidades y a la dignidad de los individuos y de los grupos sociales (sean estos minoritarios o no).
- Igualdad en el acceso de bienes y servicios culturales.
- Fomento de la participación de la sociedad civil en la política y en las actividades culturales. (Oficina de UNESCO en Montevideo, 2006)

Asimismo, sintetiza cuáles son las condiciones fundamentales que deben cumplirse en una política cultural:

- Engendrar formas de participación organizada de la sociedad. Esto puede ser obtenido por un trabajo coordinado entre las autoridades y los especialistas en la formulación de políticas, programas y proyectos culturales. Es imprescindible también la

participación de los diferentes sectores de la sociedad civil y de las comunidades culturales locales.

- Favorecer un marco legal en el cual se reconozca los distintos derechos culturales.
- Formar al público en todas las manifestaciones artísticas y culturales. Si se desea que la sociedad participe activamente en las distintas manifestaciones culturales, es necesario que exista un público capaz de asimilar y evaluar las expresiones culturales, sus distintas formas y significaciones.
- Prolongar, mejorar y desarrollar la infraestructura cultural del país (Oficina de UNESCO en Montevideo, 2006)

Se puede entender, en consecuencia, que la finalidad de las políticas y medidas culturales está en “ejercer un efecto directo en las expresiones culturales de las personas, grupos o sociedades, en particular la creación, producción, difusión y distribución de las actividades y los bienes y servicios culturales y el acceso a ellos” (Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO, 2005).

Es decir, las políticas culturales se encargan de ofrecer un marco legal y de acción para poder planificar, organizar y ejecutar planes culturales. Una política cultural de Estado tiene la misión de organizar tanto a los agentes como a las infraestructuras culturales en las que ellos desarrollan sus expresiones artísticas y culturales. Finalmente, Edgar Montiel sostiene la influencia directa que debe tener una política cultural para formar e involucrar al público que asiste o consume servicios y productos culturales.

La cultura se ha convertido en tema fundamental a la hora de diseñar planes y procesos de desarrollo económico, convivencia social y democracia. Se ha pasado entonces de una concepción de cultura como objetos y productos inscritos en las tradiciones de la alta cultura, hacia una perspectiva que apunta a una visión más antropológica, aquella que da cuenta de la cultura como un espacio de construcción colectiva de universos simbólicos, prácticas sociales y agendas políticas. (Rodríguez, Víctor Manuel, s.f.)

Es importante diferenciar el sistema cultural de las políticas. El sistema cultural, acuñado por José Joaquín Brunner, es definido por Tulio Hernández:

Es la cultura real y concreta de una sociedad, que nunca se reduce a las intervenciones del Estado y sus instituciones, ni a las del mercado y sus operaciones, y se conforma a la manera de un "ecosistema" en donde se entrecruzan, conviven y se recrean productos, mensajes y prácticas culturales tan diversas(...) (Hernández, 2003)

Mientras que las políticas culturales son entendidas como "intervenciones, concientes, intencionadas, formales, racionales y estratégicas realizadas desde el Estado o desde la iniciativa privada para tratar de incidir sobre un determinado sistema cultural, apuntando a corregir sus fallas, compensar sus carencias o reforzar sus potencialidades" (Hernández, 2003). Es decir, es posible seguir produciendo cultura y manifestación cultural obedeciendo a las reglas de un sistema cultural sin partir de políticas diseñadas previamente. La diferencia radica en la formalidad detrás de las estrategias empleadas, la posibilidad de medir o cuantificar su impacto, llevar un control para medir presupuestos y necesidades y, en consecuencia, mejorarlo.

2.4 *Políticas culturales a escala local: Factor proximidad*

Siguiendo la idea del binomio cultura-ciudad, es pertinente pensar en un sistema legal y administrativo que organice y dirija los planes de acción focalizados hacia la producción y el desarrollo cultural de las ciudades o, incluso, de sus municipios, parroquias, urbanizaciones, barrios o calles. Este sistema consiste en abandonar el modelo tradicional de la política de Estado y abrazar la idea de diseñar políticas enfocadas en territorios menos complejos:

(...)la institucionalización propiamente dicha de la política cultural, es decir, la definición por parte del gobierno de un ámbito específico de actuación en relación con la cultura y la implementación de un sistema administrativo para intervenir en ella, es un hecho relativamente reciente, que no se remonta apenas más allá de los años 60. Tras estos primeros veinte años de existencia, no obstante, los signos y los diagnósticos de agotamiento se han multiplicado. La expansión en general parece haberse detenido y los planteamientos que habían inspirado la implantación de este nuevo ámbito de la acción pública han sido puestos en duda o criticados. (Rodríguez Morató, Arturo, 2005)

A partir de lo expuesto por Rodríguez Morató (2005), el modelo tradicional parece estar en una etapa de agotamiento ante una sociedad tan cambiante y heterogénea. Actualmente, fenómenos como la tecnología, la globalización y la creación de nuevas industrias y sus dinámicas culturales (como también ha señalado García Canclini en sus investigaciones) están obligando a los Estados a repensar y reinventar, en palabras de Morató, los planes de acción en política cultural basándose ahora en la potenciación de la política local, aprovechando el surgimiento del paradigma de la “ciudad creativa”, un término acuñado recientemente por investigadores españoles, como Sánchez Belando (2015).

Esta idea, guiada por los diversos estudios sobre economía creativa y desarrollo local, también está motivada por la posibilidad de ejecutar planes más manejables y eficientes, incorporando elementos innovadores como el factor proximidad.

Al hablar del factor proximidad, se habla de una tendencia en políticas públicas de estrechar los lazos de la relación con la ciudadanía, en pro de la democratización y la persecución de la participación integrada de todos los actores sociales. Esto implica “la consecución de un sistema cultural orientado a la ciudadanía, de manera que anuncia una relación activa con esta para que no sea un sujeto pasivo sino también un agente capaz de dirigir un destino propio...” (Observatorio Vasco de la Cultura, 2016),

Parafraseando las palabras de Etxebarria (2005), como se cita en Observatorio Vasco de la Cultura (2016), las políticas de proximidad permiten el análisis de una visión territorial local con un margen de acción y perspectiva transversal. Así la política cultural de tipo local puede convertirse en política cultural central, permitiendo que la cultura se convierta en un eje básico para formular políticas ciudadanas que promuevan la cohesión social, fomento de la tolerancia, apoyo a la diversidad, formación de empleo, la acción urbanística y otros aportes relevantes para el desarrollo de una ciudad.

En definitiva, esta teoría representa una estrategia para dirigir la percepción hacia las necesidades y los desafíos que pueden resolverse de forma local, poniendo foco en tres dimensiones básicas:

- a) **Territorio:** "...hace referencia a su radio de influencia, al desarrollo de la acción en los municipios, en los barrios, en los espacios más cercanos a la ciudadanía(...)es también fruto de una interacción entre el entorno y la actividad humana. (p. 9)
- b) **Sociedad:** "La proximidad también sirve como un factor de vertebración de la sociedad, puesto que aproxima a una ciudadanía cada vez más diferente facilitando sus interacciones. Esta proximidad física facilita la interacción social, interpersonal y el contacto con las instituciones" (p. 9).
- c) **Gobernanza:** En la dimensión de la gobernanza local, esta teoría "implica no solo un cambio de mentalidad, sino sobre todo, de instrumentos y medios. Estos poderes muchas veces han de ser delegados, así que el cambio local debe ser apoyado necesariamente por poderes superiores (autonómicos, estatales y supra-estatales)" (p. 9).

Al hablar de diseño de políticas culturales, Tulio Hernández propone los siguientes puntos como aspectos indispensables para estudiar y considerar previamente:

1. Las dimensiones del desafío: características de los municipios, las parroquias, los barrios, el equipamiento, los habitantes, los servicios públicos, las audiencias, los fenómenos de exclusión e inclusión;
2. La realidad institucional y de mercado: infraestructura cultural y servicios existentes, concentración y dispersión, oferta cultural dominante o carencial; organizaciones que en ella hacen vida pública;
3. Los sistemas de representación: relaciones perceptivas e imágenes compartidas del ciudadano sobre la ciudad y las visiones de necesidades de conjunto en oposición o convergencia con las sectoriales de grupos de opinión, barrios, profesionales, etc.;
4. Los subsistemas: micromundos, tribus que conforman la diversidad interior;
5. Las conexiones operativas, primero, entre los Planes Culturales nacionales y los locales y,

luego, entre la vocación que esa ciudad ha definido (cuando tienen Plan Estratégico o un instrumento equivalente) y sus condiciones u posibilidades culturales dentro del Plan Cultural. (Hernández, 2003)

2.5 *Consumo cultural*

García Canclini (1995) describe al consumo como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”. El aspecto sociocultural del consumo sugiere que este no tiene carácter individual, ni privado, sino que por el contrario es social y de correlación.

En sentido estricto, los consumos culturales son “conjuntos 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”. (García Canclini, El consumo cultural: una propuesta teórica, 1999)

Mientras que desde una perspectiva economicista, se habla de la demanda de la “mercancía cultural” y se define como “el conjunto de bienes y servicios culturales –publicaciones, actos, eventos, ferias, exposiciones- que adquieren los individuos para su uso u observación y disfrute”. (Bernat, Mora, & Zuluaga, 2012)

Al combinar ambos enfoques, es posible definir la demanda cultural como aquel conjunto de bienes y servicios culturales con valor simbólico que son adquiridos para su uso, disfrute y apropiación.

2.6 *El ciclo cultural*

El Marco de Estadísticas Culturales (MEC), publicado en 2009, construye una metodología para estudiar la cultura de manera multidisciplinaria y cíclica. Se trata del enfoque del ciclo cultural, el cual “abarca las diferentes etapas de creación, producción y difusión de la cultura. En términos de este enfoque, la cultura se puede visualizar como el producto de un conjunto de procesos afines” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009).

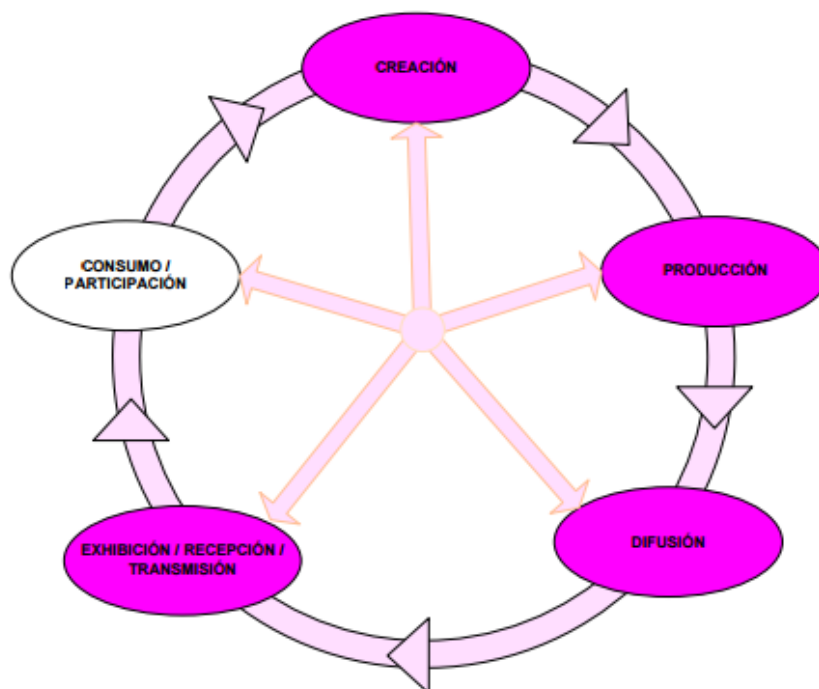


Figura 1 Ciclo Cultural.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009. Recuperado el 21 de Noviembre de 2015, de sitio Web de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>

El ciclo cultural se compone de cinco fases que, como se aprecia en la Figura 1, no cumplen un orden jerárquico. Estos procesos están interconectados en una red que constituye el proceso madre (cultura):

1. **Creación:** el punto de origen y la creación de ideas y contenidos (por ej., los escultores, escritores, empresas de diseño) y la manufactura de productos originales (por ej. artesanías, obras de arte).
2. **Producción:** las formas culturales reproducibles (por ej., los programas de televisión), así como las herramientas especializadas, la infraestructura y los procesos utilizados en su fabricación (por ej., la fabricación de instrumentos musicales, la impresión de periódicos).
3. **Difusión:** poner al alcance de consumidores y exhibidores productos culturales de reproducción masiva (por ej., la venta mayorista o minorista y alquiler de música grabada y juegos de computación y la distribución de filmes). La distribución digital hace posible que algunos bienes y servicios sean transferidos directamente del creador al consumidor.

4. **Exhibición/Recepción/Transmisión:** se refiere al lugar donde ocurre el consumo y a la provisión de experiencias culturales en vivo y/o no mediadas a audiencias a través del otorgamiento o venta de acceso restringido con fines de consumo/participación en actividades culturales puntuales (por ej., organización y producción de festivales, teatros, cines, museos). La transmisión guarda relación con la transferencia de conocimientos y destrezas que no involucran, necesariamente, una transacción comercial y que suelen ofrecerse en entornos informales. Incluye la transmisión del patrimonio cultural inmaterial de generación en generación.
5. **Consumo/Participación:** las actividades de las audiencias y participantes asociadas con el consumo o participación en actividades y experiencias culturales (por ej., leer libros, bailar, participar en carnavales, escuchar la radio, visitar galerías de arte). (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

2.7 Dominios culturales

Según el MEC, el concepto dominio cultural abarca tanto a los bienes y servicios culturales, como a las actividades culturales, sean o no producto de procesos industriales. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

Las actividades culturales “encarnan o transmiten expresiones culturales, sin importar el valor comercial que estas puedan tener” (p. 22) mientras que los bienes y servicios culturales:

(...)engloban valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales. Las características de estos bienes y servicios difieren de las de otros productos dado que su sistema de valorización, que incluye una característica irreproducible, está vinculada a su apreciación o al placer que de ellos se puede derivar. (Throsby citado por Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

El MEC estipula dos conjuntos de dominios: siete dominios netamente culturales (más dos dominios relacionados que abarcan elementos del concepto de cultura) y tres dominios de equipamiento y de apoyo para el ciclo cultural. (p. 23) Ver *Figura 2*

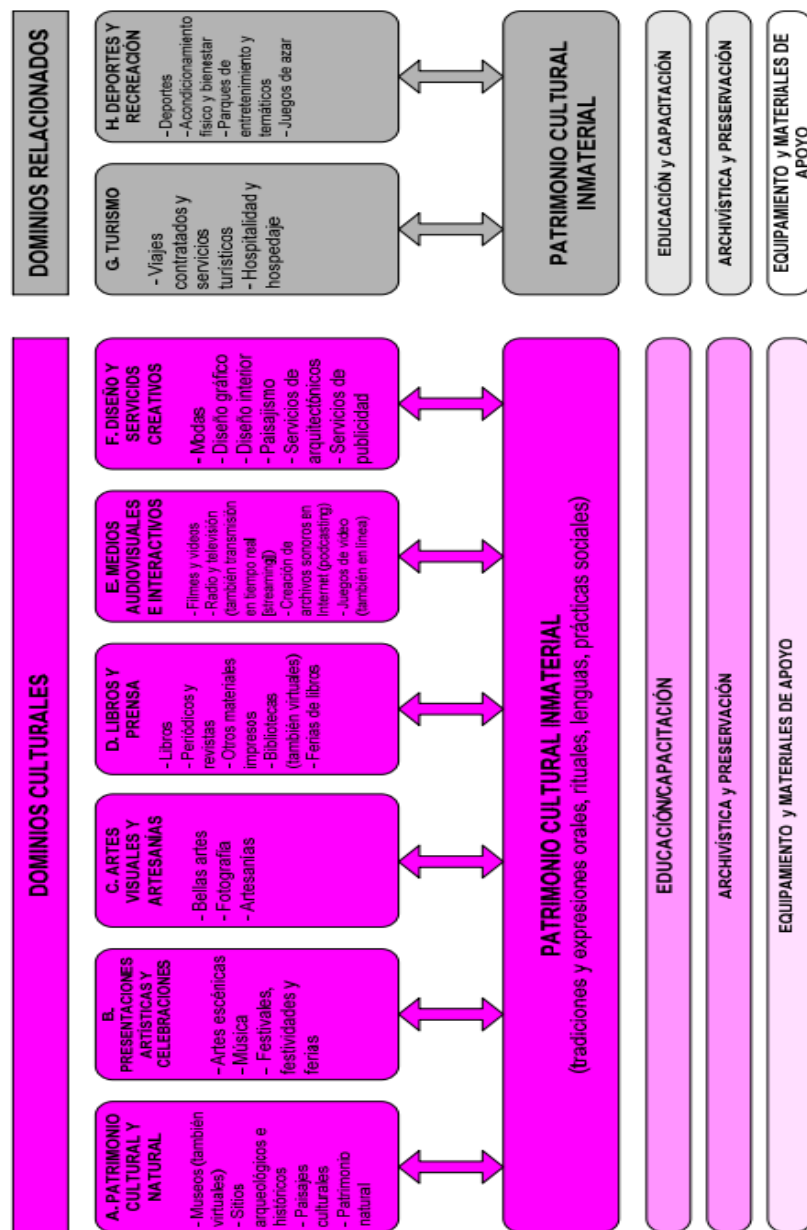


Figura 2 Marco para los dominios de estadísticas culturales.

Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009. Recuperado el 21 de Noviembre de 2015, de sitio Web de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>

a) Dominios netamente culturales

• **Patrimonio Cultural y Natural**

“El dominio Patrimonio Cultural y Natural considera: Museos, Sitios Arqueológicos e Históricos (incluyendo edificaciones y sitios arqueológicos), Paisajes Culturales y el Patrimonio Natural”. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009, p. 25)

- **Presentaciones artísticas y celebraciones**

De acuerdo al Instituto de Estadística de la UNESCO (2009):

Las Presentaciones Artísticas y Celebraciones incluyen todo tipo de eventos culturales en vivo. Las Artes Escénicas comprenden actividades profesionales o de aficionados relacionadas con el teatro, la danza, la ópera y el teatro de títeres. Adicionalmente incluye eventos culturales de celebración (Festivales, Fiestas y Ferias) de carácter local y que pueden ser de naturaleza informal. Dentro de este dominio, se define la Música en todas sus formas(...) (p. 26)

- **Artes visuales y artesanías**

“El dominio Artes Visuales y Artesanías incluye las Bellas Artes como pinturas, dibujos, esculturas, las Artesanías y la Fotografía. También se incluyen en este dominio los locales comerciales destinados a su exhibición como, por ejemplo, las galerías comerciales” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009, p. 26)

- **Libros y Prensa**

Según el Instituto de Estadística de la UNESCO (2009) esta categoría se define como:

Esta categoría representa todo tipo de publicaciones en sus diferentes formatos: Libros, Periódicos y Revistas(...) Se incluyen las modalidades electrónicas o virtuales de publicación (diarios y revistas ‘en línea’) y la distribución digital de libros y materiales impresos. Las Bibliotecas, tanto físicas como virtuales, se incluyen dentro del dominio así como las Ferias de Libros. (p. 27)

- **Medios Audiovisuales e interactivos**

Según el Instituto de Estadística de la UNESCO (2009) se conocen como:

Los elementos centrales de este dominio son la difusión por Radio y Televisión (incluyendo la transmisión de datos por Internet en tiempo real o streaming), Filmes y Videos y los Medios Interactivos. Este último dominio cubre los juegos de video y las nuevas formas de expresión cultural accesibles en Internet o mediante computadoras. (p. 27)

- **Diseño y Servicios Creativos**

Este dominio incluye Modas, Diseño Gráfico e Interior, Paisajismo y Servicios Arquitectónicos y de Publicidad. La arquitectura y la publicidad forman parte de los dominios culturales centrales, aunque sólo como servicios. (p. 28)

- **Patrimonio Cultural Inmaterial (dominio transversal)**

La Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (UNESCO 2003) afirma: “Se entiende por patrimonio cultural inmaterial (PCI) “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural” (Art. 2). El PCI es, simultáneamente, tradicional y viviente. Se transmite “de generación en generación” y “es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad” (Art. 2) (citado por Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

b) Dominios transversales parcialmente culturales

- Archivística y preservación
- Educación y Capacitación
- Equipamientos y Materiales de Apoyo

c) Dominios relacionados

- **Turismo**

Esta actividad no es netamente cultural, en tanto que no puede medirse como resultado de una industria o mercado, mas “debe entenderse como una actividad impulsada por la demanda y definida por el consumidor(...) Idealmente, el MEC incluiría en la dimensión cultural del turismo actividades de Turismo Cultural, Turismo Espiritual y Turismo Ecológico.” (p. 31)

- **Deportes y recreación**

“La definición de Deportes contenida en el MEC ha sido ampliada para incluir además de los deportes organizados y/o competitivos, el acondicionamiento y el bienestar físico y las actividades recreacionales” (p.

32). Es un dominio relacionado en tanto que su relación con la cultura cambia de acuerdo al país y no en términos de producto; sin embargo, “la asistencia a eventos deportivos o el simple hecho de verlos en televisión se percibe como una actividad cultural” (p. 32). Este dominio también incluye actividades recreativas como juegos de azar, parques de entretenimiento y temáticos.

2.8 *Espacios culturales*

El espacio, infraestructura o equipamiento cultural son términos que se relacionan con el territorio de una ciudad.

Los equipamientos culturales al formar parte del territorio y aceptados por su comunidad, la cual se representa en sus lugares alegóricos y reproductores de prácticas sociales (lugares de reunión, de intercambio, de fiesta) actúan como una de esas prácticas que pasan a ser asumidas por la cultura simbólica y territorial de la colectividad. (Del Álamo Nuñez, Los espacios de la cultura, 2014)

Los espacios culturales son lugares en los que se promueve el acceso y encuentro de las actividades culturales entre sus agentes y el público:

Por un lado, [se define] como un lugar donde las personas pueden acceder y participar de las artes y los bienes culturales en su calidad de públicos y/o creadores; por otro, como motor que anima el encuentro, la convivencia y el reconocimiento identitario de una comunidad. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Colombia, 2011)

En materia de políticas públicas, los espacios culturales “constituyen uno de los ejes principales en las intervenciones de las políticas culturales”, al planificarse documentos como mapas culturales o planes para espacios públicos, estos se pueden definir como “instrumentos básicos de la ordenación y planificación cultural territorial; siendo entre otros sus objetivos fundamentales la distribución equilibrada de los equipamientos que garanticen la igualdad de oportunidades en el acceso a la cultura”. (Del Álamo Nuñez, Los espacios de la cultura, 2014)

Partiendo de la consideración de que la actividad cultural se puede realizar en multitud de espacios sin una caracterización específica, comenzando por las plazas, parques y calles; a grandes rasgos un equipamiento es un espacio edificado de titularidad pública (o parcialmente) destinado de forma estable y permanente a la

creación, formación, promoción y difusión general de la cultura. El edificio se asienta en un territorio determinado con sus características (demografía, estructura social, niveles socioeducativos, tradiciones, etc.), teniendo como base cuatro elementos esenciales:

- Los ciudadanos, también denominados públicos, espectadores, usuarios.
- Los creadores, artistas y especialistas, individual o colectivamente; nutren de ideas y contenidos.
- Los objetivos y finalidades que conforman las líneas estratégicas de los criterios establecidos por la política cultural de la administración pública responsable.
- Los técnicos que dirigen y administran el equipamiento: los profesionales de la gestión cultural(...) (Del Álamo Nuñez, Los espacios de la cultura, 2014)

En este sentido, estos espacios pueden entenderse como parte del proceso de transmisión del ciclo cultural. Para clasificarlos, Del Álamo Nuñez (2014) propone una tipología de dos tipos de espacios culturales de acuerdo a la finalidad para la que fueron creados: espacios formales y reglados y espacios no culturales con uso cultural.

d) Espacios formales y reglados

En la clasificación planteada por Del Álamo Nuñez (2014) sobre los espacios que han sido diseñados y concebidos para la cultura, hay una subdivisión entre aquellos que están especializados a un área de la cultura (Ver Tabla 2) y aquellos espacios de uso polivalente, “diseñados desde un enfoque más territorial, de servicio a la ciudadanía y en un entorno más inmediato”. (Del Álamo Nuñez, Los espacios de la cultura, 2014)

Tabla 1 *Tipos de equipamientos especializados.*

Área	Tipo de espacio
Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliotecas • Archivos • Museos • Teatros
Artes Escénicas y Musicales	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorios
Artes Plásticas	<ul style="list-style-type: none"> • Salas de exposiciones • Centros culturales y nuevas fábricas de cultura
Espacios de “nueva generación”	<ul style="list-style-type: none"> • Salas de exposiciones • Centros culturales y nuevas fábricas de cultura

Fuente: Del Álamo Nuñez, E. (2014). *Los espacios de la cultura*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de sitio Web Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-cultural/espacios-cultura>

En la Guía de estándares de los equipamientos culturales en España de la Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias (2003) también se propone una clasificación similar que identifica 10 tipologías:

- **Espacios de artes escénicas:** Teatro y Sala polivalente
- **Centros de Patrimonio:** Museo, Colección, Centro de interpretación, Archivo con servicio y Archivo sin servicio.
- Centro de Arte.
- Centro Cultural.
- Biblioteca Pública.

A partir de esta tipología, es posible identificar aquellos espacios culturales de interés para la investigación:

- **Teatros:** “destinado mayoritariamente a la producción y difusión de espectáculos escénicos (teatro, danza y música)”, entre otras actividades que requieran de atributos arquitectónicos y técnicos específicos. También es común (e ideal) que se acondicionen espacios similares a los teatros especializados para cada tipo de espectáculo; por ejemplo, auditorios para

la música (Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias, 2003).

- **Sala polivalente:** Según, la FEMP se le considera *polivalente* porque se adapta a múltiples usos culturales, es decir, “permite la realización de montajes escénicos u otros actos que no requieran infraestructuras estables”.
- **Museo:**
Según el International Council of Museums (ICOM), es una institución pública o privada, permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, y abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone o exhibe, con propósitos de estudio, educación y deleite de colecciones de arte, científicas, etc., siempre con un valor cultural. (citado en Del Álamo Nuñez, 2014)
- **Bibliotecas:** Según la definición del Manifiesto de la IFLA/UNESCO sobre la biblioteca pública (1994), la biblioteca pública es un centro de información que facilita a los usuarios todo tipo de datos y conocimientos (citado en Comité de la Sección de Bibliotecas Públicas de la IFLA, 2001). La biblioteca “brinda acceso al conocimiento, la información y las obras de la imaginación gracias a toda una serie de recursos y servicios y está a disposición de todos los miembros de la comunidad por igual”. (Comité de la Sección de Bibliotecas Públicas de la IFLA, 2001)
- **Centro cultural:** un espacio “con carácter territorial que realiza una actividad social y cultural prioritaria y diversificada, con dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades.” (Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias, 2003)

e) Espacios no culturales con uso cultural

Son definidos como esos “espacios públicos que fueron ideados y construidos para otros usos pero que en determinadas circunstancias y

debidamente adecuados pueden albergar actividades culturales”. (Del Álamo Nuñez, Los espacios de la cultura, 2014). Esta clasificación incluye a cualquier espacio público que se preste para la realización de actividades netamente culturales a pesar de que no sea gestionado con ese fin. Por ejemplo, espacios dedicados a los dominios transversales (colegios y otros recintos educativos), espacios para el deporte (una cancha o un estadio), para el turismo o para el esparcimiento (plazas, parques, calles, etc.).

2.9 *Agentes culturales*

En cuanto a la terminología, no existe una titulación común para los responsables de promover y gestionar la cultura. Distintos autores emplean palabras como promotor o animador cultural, mediador cultural, agente cultural o gestor cultural para referirse al mismo término, su uso responde a razones de contexto histórico y de entendimiento ante la práctica cultural.

Así, por ejemplo, la denominación de animador cultural incide en la necesidad de animar la cultura, en peligro de anquilosamiento y fomentar la creatividad. El término mediador cultural prima la idea de que es necesario fomentar la intermediación entre los agentes culturales -productores y receptores de la cultura- implicados. La denominación de trabajador cultural suscita la necesidad de interrumpir la distinción entre trabajo material e intelectual. El término agente cultural incide en la visión de que la práctica cultural debe ser activa con el fin de que todos los ciudadanos puedan ser considerados agentes de cultura y dedicarse al quehacer cultural. Por último, los términos de gerentes y administradores culturales, hacen hincapié en la necesidad de organizar la actividad cultural con principios y criterios empresariales ya que se considera que la cultura se ha convertido en un poder público y en un importante sector económico. (AGETEC/ Ministerio de Cultura del Gobierno de España, 2008)

En esta investigación, se usará el término agente cultural para englobar tanto a promotores y gestores culturales. Los agentes culturales son “en sentido amplio, aquellos actores que intervienen o pueden intervenir en la articulación de las políticas culturales” (Martinell, Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural, 1999).

Para otros autores, como Muller (como se cita en Martinell, 1999), los agentes tienen un carácter de mediadores puesto que se encargan de generar referencias de una política con las cuales determinan cómo deben verse los problemas, sus necesidades e intereses, así como para ofrecer soluciones y propuestas que se ajusten a cada situación. Sus funciones dan claves de su impacto en los procesos sociales:

- a) Los agentes culturales analizan e interpretan la realidad de su entorno y sociedad, aportando su perspectiva a la vida cultural. Dan respuesta a sus problemáticas, demandas o necesidades, y auto-organizan servicios para conseguir sus finalidades.
- b) (...) posibilitan y canalizan la participación y la incorporación de grupos e individuos a la acción para su comunidad, facilitando un proceso desde la acción pública y social.
- c) (...) son aglutinadores y creadores de estados de opinión sobre temas de su preocupación, sobre la creación de las condiciones necesarias para difundir sus opciones, con la finalidad de que se tengan en cuenta un determinado tema.
- d) (...) pueden ayudar a estructurar, y a construir, las demandas de carácter social, cultural y educativo que concentran situaciones individuales o grupales para trasladarse, de forma colectiva, a las organizaciones y al aparato de la administración del Estado.
- e) (...) son una plataforma para fomentar la auto-organización de servicios y la asunción de responsabilidades públicas por sistemas de delegación en la prestación de servicios o por iniciativa propia.
- f) (...) ejercen una función prospectiva al descubrir y evidenciar nuevas necesidades o problemáticas de la sociedad y despertar una preocupación en los estamentos oficiales por estos temas.
- g) (...) son una plataforma de organización de la iniciativa privada y mercantil, a partir del establecimiento de organizaciones propias.
- h) (...) son actores imprescindibles para dinamizar y garantizar el derecho a participar en la vida cultural en democracia. (Martinell, Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural, 1999)

En este sentido, los agentes culturales son todas aquellas personas y organizaciones que participan activamente en las actividades de desarrollo y planificación de políticas culturales. Son los responsables de velar por los derechos culturales de las personas, las políticas culturales y hacer recomendaciones para mejorar las ofertas y formas de participación en la vida cultural de acuerdo al contexto y las necesidades específicas de una sociedad.

Como insistentemente han mostrado los historiadores y antropólogos, la idea de un arte o de un artista separado de la sociedad sólo fue admisible cuando los diversos campos culturales se diferenciaron y distanciaron a los productores de los consumidores artísticos. (Fundación Polar, 1999)

A pesar de los estudios en gestión cultural, actualmente no se cuenta con una clasificación de carácter oficial sobre los tipos de agentes culturales que existen. Solo Martinell se ha dado la tarea de dividirlo en tres amplios grupos de agentes (ver Tabla 2), acotando que estos deben adaptarse a las realidades y legislaciones de cada país.

Tabla 2 *Clasificación de Agentes Culturales*

Administración Pública	Estado
	Regiones
	Ayuntamientos-municipalidades
Instituciones sin ánimo de lucro /Tercer sector	Fundaciones
	Asociaciones
	Organizaciones no Gubernamentales
	Organizaciones comunitarias
	Organizaciones iniciativa social
	Agrupaciones varias
Instituciones privadas	Empresas
	Asociaciones privadas
	Profesionales
	Industria
	Servicios privados

Fuente: Martinell, A. (1999). *Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de sitio Web Revista Iberoamericana de Educación: <http://www.rieoei.org/rie20a09.htm>

A partir de esta clasificación (Martinell, 1999), se puntualiza la importancia de extender el concepto de política cultural al sector privado, a pesar de las claras diferencias de finalidades y funciones sociales frente al

sector público, porque ambas visiones son necesarias para el desarrollo. Tal y como se muestra en la *Figura 3*, “entre esos agentes se crean unas relaciones que son la base de una buena articulación social y de la implantación de un mapa de acción y contraste muy importante” (Martinell, Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural, 1999)



Figura 3 Áreas de intersección entre los agentes.

Fuente: Martinell, A. (1999). *Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de sitio Web Revista Iberoamericana de Educación: <http://www.rieoei.org/rie20a09.htm>

En este mapa de posibilidades se constituyen y estructuran un conjunto de organizaciones con la función de articular las opciones de los diferentes agentes para participar en la vida cultural de su contexto. Las potencialidades objetivas que tienen para un territorio la presencia de agentes, su existencia, complementariedad y simultaneidad no están exentas de dificultades. (Martinell, Los agentes de la cultura, 2014)

Martinell advierte que los problemas principales en las relaciones de los agentes culturales se deben a

- a) Desconocimiento y reconocimiento mutuo (...)
- b) Concepciones muy primarias en relación al papel de cada agente y su necesaria complementariedad (...)
- c) Ausencia de marco normativo (...)
- d) Falta de definición clara de la intencionalidad que domina las partes (...)

- e) Poca tradición de relación estable, de práctica de contacto y negociación (...)
- f) Modelos organizativos muy heterogéneos con baja profesionalidad (...)
- g) Ausencia de organismos e instrumentos de relación (comisiones, consejos, federaciones, etc.) (...)
- h) Dificultades de comunicación por la utilización de lenguajes diferentes y posiciones inalterables.
- i) Falta de competencia entre las partes en las habilidades de negociación y mediación.
- j) Intencionalidades y proyectos poco elaborado técnicamente. (Martinell, Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural, 1999)

El nuevo enfoque de estadísticas culturales empleadas por la UNESCO también utiliza esta clasificación para determinar un régimen de administración y financiamiento de la cultura:

Existen tres fuentes de financiamiento de la cultura: i) pública (otorgado principalmente por instituciones públicas o gubernamentales) bajo la forma de asistencia directa (subsidios y concesiones) o indirecta (exenciones tributarias); ii) privada (otorgado por el mercado); y iii) donantes u organizaciones sin fines de lucro. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)

a) Administración pública

La administración pública no es meramente una máquina inanimada que ejecuta irreflexiblemente el trabajo del gobierno. Si la administración pública tiene relación con los problemas del gobierno, es que está interesada en conseguir los fines y los objetivos del Estado. La administración pública es el Estado en acción, el Estado como constructor. (Dimock, Marshall citado en Guerrero, 1997)

La administración pública se refiere a la labor de los organismos gubernamentales, los cuales tienen la misión de responder como agente cultural en las actividades de producción, gestión, promoción, financiamiento y políticas culturales. Por ello, la Organización de las Naciones Unidas exhorta a los Estados Miembros a que “aseguren una integración e incorporación más visible y eficaz de la cultura en las políticas y estrategias de desarrollo en todos los niveles” (Organización de las Naciones Unidas, 2011)

El sector público debe procurar la institucionalidad comprendida “como las acciones emprendidas por entes culturales, que negocian o median los sentidos impuestos por los otros agentes o actores del campo” (Ministerio de Cultura de la República de Colombia, 2010). O, en otras palabras, “es la posibilidad que tiene el Estado, el Ministerio de Cultura en este caso, de facilitar procesos de consenso entre los diferentes significados que son expuestos por todos los grupos y sectores de la población”. (Ministerio de Cultura de la República de Colombia, 2010)

b) Instituciones privadas

Son los particulares, aquellos que no pertenecen al Estado. Son todas aquellas organizaciones y actores que se caracterizan, de acuerdo con Martinell (2014), por tener un modelo de gestión privada y reservada que se enfoca en el rendimiento y el logro de unos objetivos que responden a una decisión de propiedad que está sujeta a los procesos internos y al mercado.

Su participación como agentes de la gestión cultural fue establecida por la UNESCO como una de las principales orientaciones para la aplicación de la Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural “reconocer y fomentar la contribución que el sector privado puede aportar a la valorización de la diversidad cultural y facilitar, con este propósito, la creación de espacios de diálogo entre el sector público y el privado”. (UNESCO, 2002)

c) Organizaciones sin fines de lucro

Según la Organización de las Naciones Unidas, una organización sin fines de lucro (ONG) es “cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local, nacional o internacional, de naturaleza altruista y dirigida por personas con un interés común” (citado en Contreras, Burotto, & Antonioletti, 2010)

Estas características reflejan que, el también llamado tercer sector, puede funcionar como un agente neutral y catalizador ante los intereses de la

administración pública y del sector privado. Según Lucina Jiménez, el fortalecimiento de este sector:

(...) Es condición para ampliar las bases de la democracia y la diversidad cultural, supone la voluntad estatal de recuperación del espacio público y las posibilidades de reconstituir el tejido social a partir de la participación y el fomento a la creatividad social. (...) La participación de agentes sociales emergentes da lugar a nuevas formas de acción local e internacional, al tejido de redes de cooperación artística y cultural o al surgimiento de nuevas comunidades virtuales o transnacionales que pueden actuar en beneficio de la diversidad. (Jiménez, 2006)

2.10 *La investigación de mercados*

La investigación de mercados se define como “el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes para una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa”. (Kotler, Dirección de la Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control, 1994)

Mientras que la American Marketing Association (como se cita en Malhotra, 2004, p. 6) considera a la investigación de mercado como:

La función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo mediante información que sirve para identificar y definir las oportunidades y problemas de marketing; generar y evaluar las actividades de marketing; supervisar el desempeño del marketing; y acrecentar la comprensión del marketing como un proceso.

También es posible definirla enfatizando la importancia de la recolección de información: “la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing”. (Malhotra, 2004, p. 6)

Malhotra (2004) también destaca la importancia de una planeación sistemática durante todas las etapas de la investigación de mercados, dado que los procedimientos deben ser metódicos, comprobables y planteados previamente, con la aplicación del método científico. La información debe ser

fidedigna, sustentada en fuentes, objetiva e imparcial. Finalmente, los datos y resultados deben ser analizados e interpretados para ofrecer conclusiones y recomendaciones en un formato que pueda ser aprovechado

2.11 *Clasificación de la investigación de mercados*

Malhotra (2004) distingue dos tipos de investigación de mercados, según las razones por las que se realizan: identificar o solucionar problemas. En el primer caso, esta “se lleva a cabo para ayudar a identificar problemas que quizá no sean evidentes a primera vista, pero que existen o es probable que surjan en el futuro” (p. 8). Mientras que la segunda determina “hallazgos [que] se utilizan para tomar decisiones que resolverán problemas de marketing específicos” (p. 9).

2.12 *Proceso de investigación de mercados*

Según Malhotra (2004), el proceso se puede resumir en seis etapas para la consecución de una investigación de mercados apropiada:

- a) La primera etapa es la definición del problema, la cual “comprende el análisis con los que deciden, entrevistas con expertos del ramo, análisis de datos secundarios, y quizás alguna investigación cualitativa, como la que se realiza mediante grupos de enfoque” (p. 10)
- b) La segunda etapa es la elaboración de un método para resolver el problema para la que se debe incluir “la formulación de un marco teórico u objetivo; modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, y determinar qué información se necesita”. (p. 10) Se debe guiar con conversaciones con directivos y expertos del ramo, datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.
- c) La tercera etapa es la elaboración del diseño de la investigación, el cual es “un marco general o plan para realizar la investigación de mercados. Ahí se detallan los procedimientos para la obtención de la información necesaria” (p. 10). Malhotra señala que forman parte de dicho diseño realizar investigaciones exploratorias, definir variables y los controles para medirlas, así como la selección del instrumento de medición, la

preparación de un cuestionario y un plan de muestreo para escoger los sujetos del estudio.

- d) La cuarta etapa es el trabajo de campo o acopio de datos, según Malhotra este trabajo es ejecutado por un equipo que opere en el campo con entrevistas personales, llamadas telefónicas, correo ordinario y electrónico. “La buena selección, capacitación, supervisión y evaluación del equipo de campo reduce al mínimo los errores en el acopio de datos”. (p.10)
- e) La quinta etapa es la preparación y análisis de datos, la cual “consiste en su revisión, codificación, transcripción y verificación (...) los datos se analizan para deducir información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados”. (p. 10)
- f) La sexta etapa consiste en la preparación y presentación de un informe de la investigación en el que se comprueba el proyecto y, a su vez, se muestran los resultados y descubrimientos.

2.13 *Marketing cultural*

El término aparece en el primer manual de Kotler (1967) al hablar de que las entidades u organizaciones culturales (museos, universidades, auditorios, bibliotecas) producían bienes culturales. A partir de entonces, estas organizaciones comenzaron a pensar en problemas tradicionales del marketing: cómo competir para atraer consumidores y conseguir recursos. Pero teóricos como Colbert y Cuadrado (2003) sugieren que el marketing cultural tiene un enfoque especializado que lo diferencia del marketing aplicado a cualquier otro tipo de empresa:

La empresa comercial busca un mercado donde poder optimizar beneficios; por el contrario, ante una falta de interés de los consumidores abandonará el mercado. La organización cultural centrada en el producto contempla el arte más que el beneficio como su objetivo último. Alcanzar ese objetivo artístico resulta una mejor medida del éxito para aquellas organizaciones(...) (Colbert & Cuadrado, 2003, p. 29)

- a) **Mercado:** Se refiere al conjunto de consumidores, sus deseos y necesidades ante bienes, servicios y productos. “Una organización cultural buscará consumidores que presenten necesidades que puedan ser cubiertos por las obras producidas”. (p. 30) En las organizaciones culturales, el mercado se compone de consumidores (público), intermediarios, Estado y patrocinantes.
- b) **Entorno:** Se describe como la competencia y las variables del macroentorno, que se dividen en 5 variables principales: “variables demográficas, culturales, económicas, político-legales y tecnológicas” (p. 31)
- c) **Sistema de información de marketing (SIM):** Se compone de “los datos internos, datos secundarios publicados por empresas privadas o instituciones públicas y datos recabados por la compañía” (p. 31)
- d) **Marketing Mix:** Compuesto por los cuatro componentes tradicionales, producto, precio, distribución y promoción:
- **Producto:** “Es la pieza central de toda empresa(...) se usa en su sentido más amplio para abarcar a los bienes tangibles, los servicios, las causas y las ideas” (p. 33). Es decir, las manifestaciones artísticas y culturales.
 - **Precio:** Suele estar expresado “por el valor monetario atribuido a ese producto” (p. 33). Colbert y Cuadrado también incluyen dentro del precio al esfuerzo que debe hacer un consumidor durante el acto de compra.
 - **Distribución:** Colbert y Cuadrado (2003) señalan que esta comprende tres elementos fundamentales: la logística de distribución del producto (según las características de ese producto cultural), relación de los agentes y canales de distribución (red entre el artista, productor y exhibidor) y la localización de un espacio cultural.
 - **Promoción:** “(...)una organización debe conocer qué producto ofrece, a qué precio y dónde. Y ante todo, debe conocer las características de su público objetivo así como los argumentos de venta más convincentes” (p. 34)

Finalmente, Colbert y Cuadrado (2003) incluyen dos elementos importantes dentro del esquema de marketing cultural: tiempo y singularidad de la empresa, término relacionado con la personalidad de la empresa cultural y su característica de entidad individual.

De esta manera, Colbert y Cuadrado (2003) constituyen un modelo completo para evaluar las organizaciones culturales a través del marketing. Ver Figura

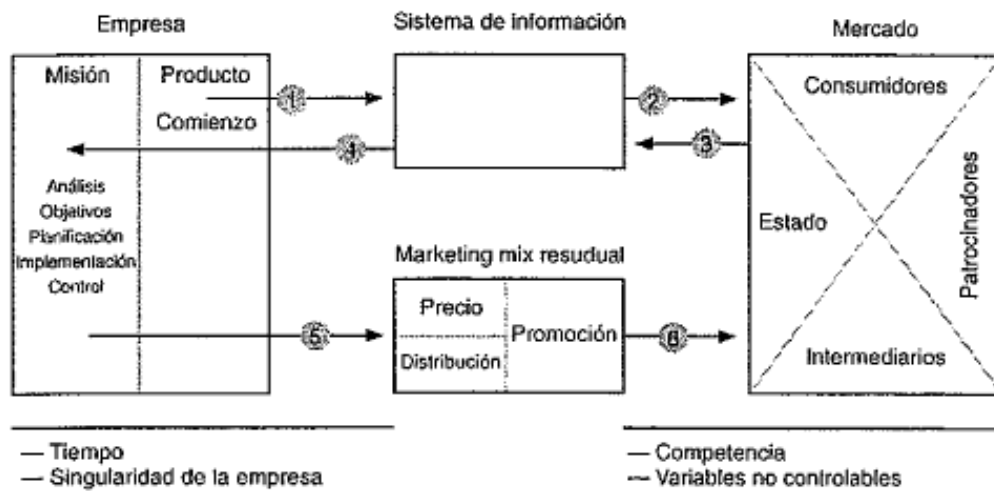


Figura 4 Modelo de marketing de la cultura y de las artes.

Fuente: Colbert, F., & Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Grupo Planeta.

CAPÍTULO III. MARCO REFERENCIAL

3.1 Entorno general: Venezuela actual

La situación política, económica y cultural de Venezuela se trata de un entorno complejo de describir, dado que la agenda pública está concentrada en fenómenos como inseguridad, inflación, escasez de productos, control de cambio, polarización, entre otros, con causas que son analizadas por dos vertientes diametralmente opuestas: la opinión del gobierno nacional (calificados a sí mismos como chavistas) y la opinión de la oposición política.

3.1.1 Entorno económico

Actualmente, se habla de una crisis económica muy fuerte: “con la inflación alcanzando una cifra sin precedentes de 160-200 por ciento para 2015, las largas colas, casi constantes en los supermercados subsidiados, y la escasez esporádica de muchos bienes de consumo” (Wilpert, 2015). Incluso el secretario general de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), Ban Ki-Moon se ha mostrado preocupado por la situación de Venezuela “en la que las necesidades básicas no pueden ser cubiertas, como la comida, el agua, la sanidad, la ropa, no están disponibles. Eso crea una crisis humanitaria en Venezuela(...) Toda esta situación está creada por la inestabilidad política” (como se cita a Ban Ki-Moon La Nación, 2016).

Por su parte, el presidente del ejecutivo nacional, Nicolás Maduro, ha determinado que la crisis económica se debe a que en Venezuela “estamos enfrentando una guerra económica de desgaste que el pueblo ha sabido enfrentar con paciencia” (como se cita a Nicolás Maduro en el artículo de Blanco Díaz, 2015). Del mismo modo, el ejecutivo ha ratificado su interés por sacar a Venezuela del modelo rentista; “Venezuela se planteó desde el año 2014, desligarse de la dependencia petrolera para profundizar otros sectores productivos, particularmente el de la alimentación, en muchas tierras recuperadas y otorgadas al movimiento campesino del país” (TeleSUR, 2016)

El economista Carlos Miguel Álvarez afirma que la economía venezolana está entre las peores del mundo. Cuando se analiza la

actividad económica las cifras oficiales muestran que ya van ocho trimestres consecutivos de caída. De acuerdo con el último reporte del Banco Central de Venezuela, la inflación de 2015 fue de 180,9%, una cifra casi tres veces por arriba que la de 2014 (68,5%) y la economía se contrajo 5,7%, un descenso superior al del año pasado, que fue de 3,9%. (Vera Azaf, 2016)

3.1.2 Entorno político y social

A pesar de los cambios y avatares políticos cambiantes, incluyendo varios comicios electorales, la conquista del poder legislativo por dirigentes opositores y el fallecimiento del presidente y líder de la “Revolución Bolivariana”, Hugo Chávez, la “polarización” social y política está presente en el imaginario venezolano y ha guiado su realidad desde hace más de una década: “se agudizó especialmente durante el período 2000-2004, cuando distintas instituciones (educativas, religiosas, comunitarias, policiales, militares, mediáticas, académicas, etc.) y diferentes sectores sociales tomaron partido a favor o en contra de una de dos posiciones: gobierno u oposición” (Lozada, 2008).

No obstante, el último estudio realizado por el Proyecto de Integridad Electoral Venezuela del Centro de Estudios Políticos (CEP) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) sobre las percepciones del sistema electoral, en mayo 2015, refleja un fenómeno de “despolarización” de ambos bandos hacia nuevas variaciones:

15,4% de los consultados afirma estar “resteadado con Maduro”, 16,4% es “chavista no madurista”, 25,3% considera que “todos los políticos son iguales”, 13,3% es “oposición no MUD” y 29,5% está “resteadado con la MUD”. La ausencia física de Chávez, el deterioro de la calidad de vida y un largo período sin elecciones ha incidido en el tema de la polarización. (Politika UCAB, 2015)

Otra característica importante sobre el entorno político venezolano es la desconfianza en sus instituciones, reflejada también en numerosas encuestas y estudios, como el señalado anteriormente:

(...)las instituciones y organizaciones que más confianza despiertan en el país son los estudiantes y las universidades (8 de cada 10 personas los valoran positivamente), y luego aparecen la empresa

privada y la Iglesia Católica (7 de cada 10). En contraposición a esto, en el peor puesto están: el Presidente, el Psuv y los diputados que simpatizan con la llamada Revolución Bolivariana (sólo 3 de cada 10 venezolanos confían en ellos). (Politika UCAB, 2015)

Esto impide la gobernabilidad y genera otros rasgos sociales que definen la identidad del venezolano actual, como la desconfianza o la desobediencia a la ley y los órganos que la promueven. Sin embargo, cabe destacar que aspectos como este se han arraigado en la cultura de la sociedad venezolana desde los años 90, cuando investigadores como Enrique Gonzalez Ordosgoitti percibieron los “síntomas del cambio cultural” inclinado hacia el miedo, la desconfianza, la no-credibilidad y la discriminación racial, social y connacional (González Ordosgoitti, 1997)

Finalmente, la sociedad venezolana también está muy afectada por los altos índices de inseguridad y violencia que suben anualmente. El Observatorio Venezolano de Violencia (OVV), en su último informe en 2015, estimó que “para el final del año 2015 tendremos en el país 27.875 muertes violentas para una tasa de 90 fallecidos por cada cien mil habitantes” (Observatorio Venezolano de la Violencia, 2015)

3.1.3 Entorno cultural

La cultura en Venezuela se rige bajo un organismo central denominado Ministerio del Poder Popular para la Cultura, el cual opera bajo el marco legal de un reglamento orgánico y la Ley Orgánica de Cultura. A través de este ministerio, se han impulsado proyectos de impacto nacional como el Sistema Nacional de las Culturas Populares, con el cual desarrollaron una base de dato de instituciones, talleres y agrupaciones (en 2012) y de referentes en gestión cultural (hasta 2014); la modificación y reestructuración de varios organismos públicos culturales para la creación de 5 plataformas culturales: Cine y Audiovisual, Libro y Lectura, Pensamiento, Patrimonio y Memoria, Artes Escénicas y Musicales, Artes de la Imagen y Espacio; librerías y tiendas populares; la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad; el semanario de la cultura, TodosAdentro; y una serie de registros de artistas,

cultores y artesanos, así como de actividades de rescate de la cultura tradicional venezolana.

En 2015, el MPPC lleva a cabo uno de sus principales aportes a la formulación de políticas culturales en Venezuela: la ejecución de la 1era Encuesta de Imaginarios y Consumos Culturales en Venezuela , realizada entre el 21 de agosto y el 3 de septiembre de 2015, considerando “entre otras cosas, las densidades poblacionales de los nodos del país, los estratos sociales, los rangos etarios y los hábitos, gustos y frecuencias, principales determinantes del consumo” (Teruggi, 2015). De esta manera, el MPPC suministra datos relevantes para profundizar en los gustos y hábitos de consumo de los venezolanos, para formular acciones y políticas públicas.

Entre los resultados más destacados de la consulta se encuentra que la mayoría cree que la cultura se refiere a las tradiciones, seguido de la música, el teatro y los valores (Ministerio del Poder Popular para la Cultura, 2015, p 12). 56% de los encuestados considera que el acceso es regular es poco, regular o inexistente (p. 15), aunque 46% piensa que hay más acceso que hace 5 años, frente a 40% que cree que hay menos acceso, 11% de los encuestados considera que se mantiene (p. 16). En general, la mayoría gusta de bailar, la fotografía, la artesanía, la pintura, la música, ver películas, los conciertos, ver televisión, leer, escuchar radio, escribir y usar internet (p. 19-20).

50% de los encuestados no había asistido a exposiciones de Artes Visuales en el último año (p. 23) y las principales razones fueron “no tengo tiempo” o “no hay exposiciones en su localidad” (p. 26). 38% tampoco asistió a actividades de artes escénicas en todo el año, mientras 24% asistió una o dos veces solamente (p. 37); las razones más frecuentes siguen siendo las mismas (p. 41). Por su parte, 68% de los encuestas no asistieron a conciertos en los últimos 12 meses (p. 53) por no tener tiempo, dinero u oferta en su localidad (p. 58). 67% de los encuestados no han asistido a una biblioteca en el último año (p. 79) porque no le interesa asistir, no tiene tiempo o prefiere conseguir

libros por otro medio (p 81). Lo mismo sucede con el cine: 54% no había asistido al cine en los últimos 12 meses (p. 101) por falta de tiempo, no le interesa, no hay cines cerca de su localidad o no tenía dinero (p 108)

Sobre consumos culturales: Los encuestados reconocieron la influencia de la televisión en sus opciones culturales (p. 144), así como en el uso para prácticas culturales, junto a los teléfonos celulares, la radio, el equipo de sonido, DVD/Blue Ray y la computadora o laptop (p. 153).

Por su parte, investigadores de la sociología y la gestión cultural hablan de una deuda histórica hacia el sector de la cultura. Gisela Kozak (2015) realizó una síntesis sobre las políticas culturales desde 1999 y concluyó su trabajo con críticas directas hacia la labor ministerial:

En las Memoria y Cuenta del Ministerio del Poder Popular para la Cultura se reconoce la ineficacia en cuanto a gestión propiamente dicha: no ejecución de proyectos presupuestados, deficiente plataforma tecnológica, falta de personal calificado (en un país que cuenta con graduados suficientes para cubrir esta demanda) y problemas con la importación oportuna de insumos, fenómenos relacionados con la actuación interventora y obstaculizadora que caracteriza al estado venezolano hoy.

Del mismo modo, Gisela Kozak (2015) señaló que la medida de crear plataformas culturales en los distintos niveles de la administración, los gabinetes estatales y la Misión Cultura serían una solución oportuna para impulsar la descentralización de la gestión, si no estuvieran sectorizadas políticamente en cuanto al contenido de su programación, la parcialización de sus gestores y la discreción en cuanto a los destinatarios de los recursos.

Bajo la misma óptica, Tulio Hernández también ha exhortado que en los últimos años, no se ha trabajado por resolver la exclusión desde la cultura, sino por el contrario agregar una exclusión ideológica. Y hizo, en 2013, un breve arqueo de los aciertos y desaciertos de 14 años de gobierno:

Entre los aciertos está haber mantenido las políticas de producción cinematográfica, aunque sacrificando el cine de denuncia; construido la Villa del Cine; dado continuidad al Sistema Nacional de Coros y

Orquestas Juveniles e Infantiles y, aunque no fue MinCultura sino Pdvsa La Estancia, el trabajo de recuperación de obras y del bulevar de Sabana Grande y Plaza Venezuela. Entre sus grandes fallas, lo gris, lo poco imaginativo y nada original del período; la improvisación: no haber diseñado una política de Estado ni un Plan Nacional de Cultura como los de Brasil bajo Lula y Rousseff; el sectarismo irracional y la instrumentalización partidista de la gestión que atiende sólo a sus seguidores políticos; el centralismo, los abusos de poder, la discrecionalidad, el personalismo y el apartheid ideológico del ministro Sesto; no haber utilizado la televisión pública para el desarrollo cultural, y haberse ensañado contra los avances culturales previos de la sociedad venezolana, haciéndole perder al país una valiosísima experiencia acumulada (como se cita a Tulio Hernández en el artículo de Gonzalez, 2013)

3.2 Entorno específico: Área Metropolitana de Caracas



Figura 5 Mapa del Área Metropolitana de Caracas.

Fuente: Alcaldía Metropolitana. (s.f.). *Área Metropolitana de Caracas*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de la Alcaldía Metropolitana de Caracas: <http://alcaldiametropolitana.gob.ve/portal/index.php/alcaldia-metropolitana/area-metropolitana-de-caracas>

Caracas es el principal centro administrativo, financiero, político, comercial y cultural de Venezuela. Está ubicada “en la zona centro-norte costera del país, a unos 15 Km. de la costa del mar Caribe y se sitúa dentro de un valle montañoso a una altitud promedio de 900 sobre el nivel del mar”

(Alcaldía Metropolitana, s.f.). Al norte de la ciudad, se encuentra el centro de la cadena de montañas que se extiende a lo largo de las costas venezolanas, denominado el Ávila o el Parque Nacional Waraira Repano.

Según la Ley Especial del Régimen Municipal en Dos Niveles del Área Metropolitana de Caracas, “el Área Metropolitana es una unidad político-territorial que posee personalidad jurídica y autonomía dentro de los límites de la Constitución de la República y la ley” (Alcaldía Metropolitana, s.f.). Se compone de 5 municipios: Libertador, Baruta, Chacao, El Hatillo y Sucre. En estos municipios se ejecuta “una política integral para incrementar la planificación y coordinación de acciones para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos” (Alcaldía Metropolitana, s.f.), a pesar de que cada uno de ellos posee un poder ejecutivo de nivel municipal.

No obstante, con la promulgación, en 2010, de la Ley Especial sobre Organización y Régimen del Distrito Capital, la ley anteriormente mencionada fue modificada, restándole influencia y recursos a la administración de la Alcaldía Metropolitana en lo que respecta al Distrito Capital. En este sentido, Zulma Bolívar, presidenta del Instituto Metropolitano de Urbanismo Taller Caracas, aseguró durante el Foro de Planificación Urbana de Venezuela que **“la división político-administrativa ha sido un gran obstáculo para que en el país se lleven a cabo buenos proyectos**, asegurando también que los alcaldes deben tomar en cuenta que existen planes de desarrollo urbano locales (PDUL)” (Alcaldía Metropolitana, 2016)

3.2.1 Municipio Libertador

Es uno de los municipios que conforman el Área Metropolitana de Caracas y el único municipio del Distrito Capital. “Es el más extenso y poblado de las cinco jurisdicciones en que se divide el Área Metropolitana de Caracas y es el único que no pertenece al Estado Miranda” (Alcaldía de Caracas, s.f.). Según los datos del último censo nacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en el 2011, el Municipio Libertador posee 438 km² de superficie y 1.933.186 de habitantes.

Se caracteriza por ser el municipio “más urbanizado del país, contando con importantes parques, museos, plazas y zonas históricas que lo hacen ser de importante potencial turístico” (Alcaldía de Caracas, s.f.). En su territorio también se encuentra la sede de los poderes públicos e importantes industrias y empresas de la nación.

El municipio está conformado por 22 parroquias:

Tabla 3 *Ubicación y superficie de las parroquias del Municipio Libertador*

Parroquia	Ubicación	Superficie (km²)
Santa Rosalía	Centro-Sur	6.68
El Valle	Sur	12.64
Coche	Sur	13
Caricuao	Suroeste	23.83
Macarao	Suroeste	23.83
Antímano	Oeste	20.90
La Vega	Centro-Oeste	12.64
El Paraíso	Noroeste	10.79
El Junquito	Noroeste	52.52
Sucre	Noroeste	59.30
San Juan	Oeste-Centro	3.25
Santa Teresa	Centro	0.72
23 de enero	Oeste	2.31
La Pastora	Noroeste	4.47
Altagracia	Norte	4.47
San José	Centro-Norte	2.59
San Bernardino	Noreste	12.27
Catedral	Centro	0.76
La Candelaria	Noroeste	1.23

San Agustín	Centro	1.59
El Recreo	Este	18.10
San Pedro	Este	6.70

Fuente: Alcaldía de Caracas. (s.f.). *Municipio - Alcaldía de Caracas*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de la Alcaldía de Caracas:
<http://www.caracas.gob.ve/alcaldiaDeCCS/inicio/municipio/municipio>

3.2.2 *Parroquia San Juan*

Según la información del Gobierno del Distrito Capital, la Parroquia San Juan se funda el 22 de febrero de 1834, cuando se separa y desaparece la antigua Parroquia de San Pablo. De su creación sus límites han variado constantemente, “a comienzos del siglo XX la quebrada Caroata formaba el límite este, pero luego con la construcción de la Avenida Baralt éste pasó a ser el nuevo límite con Santa Teresa. En 1996 la zona oeste fue cedida para la creación de la Parroquia El Paraíso” (Gobierno del Distrito Capital, s.f.)

San Juan es reconocida por urbanizaciones como El Silencio, San Martín, Artigas, Los Molinos, la Maternidad Concepción Palacios, el Mercado de Quinta Crespo y el Cine Teatro Aquiles Nazoa.

3.2.3 *Parroquia El Paraíso*

Desde principios del siglo XX, específicamente desde el 28 de octubre de 1895, El Paraíso “fue una urbanización ubicada al sur de Caracas, caracterizada por lujosas mansiones y un espectacular hipódromo. Era un sitio de recreación y paseo. Se le conocía como la Ciudad Nueva” (Gobierno del Distrito Capital, s.f.)

Inicialmente, formaba parte de la Parroquia San Juan, pero tras el incremento de la población. “aumentó el auge residencial y las bellas casas fueron desapareciendo para convertirse en inmensos edificios y centros comerciales” (Gobierno del Distrito Capital, s.f.). Es un sector lleno de instituciones educativas, tanto públicas y privadas, y se considera que este fenómeno se debe a la presencia del Instituto Pedagógico de Caracas. Posee

importantes centros industriales en el sector de La Yaguara y el Hospital Pérez Carreño, un centro de salud importante.

3.2.4 Parroquia La Vega

Es una parroquia con riqueza histórica: “se dice que estas tierras estaban pobladas por indígenas toromaimas quienes cosechaban en conucos rubros como: batata, yuca, maíz, ocumo, mamón, entre otros” (Gobierno del Distrito Capital, s.f.). Con la llegada de los españoles, La Vega fue un asentamiento de esclavos que trabajaban la tierra en la Hacienda Montalbán, creada como trapiche de caña de azúcar. El 18 de julio de 1813 fue fundada bajo el nombre de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá de La Vega. A mediados del siglo XX, surgen dos sectores o urbanizaciones bien diferenciadas: “uno montañoso al sur y el otro llano que con el tiempo se convirtió en el sector de Montalbán” (Gobierno del Distrito Capital, s.f.)

3.3 Políticas culturales en Caracas

El ente encargado de desarrollar y ejecutar políticas culturales en el Distrito Capital es la Fundación para la Cultura y las Artes (FUNDARTE), el cual pertenece a la Alcaldía de Caracas. Fue creado a mediados de los años 70 y “en la última década ha dado un giro filosófico, junto al país, en busca de nuevos conceptos y praxis que privilegian la identidad, la tradición y la creación de nuevos imaginarios, desde una política acorde con nuestra realidad geo-histórica”. (Alcaldía de Caracas, s.f.)

FUNDARTE busca lograr el desarrollo de una ciudad cultural, a través de distintas actividades permanentes, convocatorias y locaciones culturales, enumeradas a continuación:

Tabla 4 Actividades de FUNDARTE

Actividades permanentes	Convocatorias	Locaciones Culturales Permanentes
<ul style="list-style-type: none">• Festival de Teatro de Caracas.• Congreso de Periodismo Cultural.• Feria del Libro de Caracas.• Festival de Música "Suena Caracas".• Circuito Teatral de Caracas.• Viernes en el Nacional.• Festival de las Artes Miguel Vicente Patacaliente.• Fiesta del Papagayo.• Cátedra Abilio Reyes.	<ul style="list-style-type: none">• Premio Nacional de Dramaturgia César Rengifo.• Premio Nacional de Literatura Stefania Mosca.• Premio la Paz es lo que cuenta.• Concurso Nacional de Piano Rosario Marciano.• Plataforma para la Creación Artística .• Concurso de Narrativa La Paz es lo que Cuenta.• Concurso Los Eliges Tú.• Ccs: mírala en corto.	<ul style="list-style-type: none">• Café Bar Librería, Techo de la Ballena.• Sala de Lectura Manuelita Sáenz.• Sala de Lectura Rosario Acuña.• Teatros: Catia, Nacional, Municipal, Simón Rodríguez, Cristo Rey, Alameda, Alí Gómez García.• Museo del Teclado.• Cine Cipreses.• Casa de la Cultura Robert Serra.• Casa de la Cultura Simón Rodríguez.• Escuela de Ballet y Música Fredy Reyna.

Fuente: Alcaldía de Caracas. (s.f.). *Ente*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de FUNDARTE: <http://www.fundarte.gob.ve/ente.html>

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1 *Modalidad de la investigación*

La investigación de mercados se define como “el diseño sistemático, recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes para una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa”. (Kotler, Dirección de la Mercadotecnia. Análisis, Planeación, Implementación y Control, 1994) Se utilizará esta modalidad porque la finalidad de este proyecto es identificar y analizar diversas variables para la recolección y presentación de indicios sobre el consumo cultural en infraestructuras culturales (situación de mercadotecnia específica) para dar sugerencias de apoyo a la toma de decisiones de marketing.

4.2 *Tipo y diseño de investigación*

El tipo de investigación es exploratoria, dado que en Venezuela no existen suficientes investigaciones que puedan delimitar el ecosistema cultural de la ciudad, tampoco existen cifras oficiales de parte del Ministerio del Poder Popular para la Cultura. Es decir, hay evidencia de problemas serios, en cuanto a temas como consumo cultural e infraestructuras culturales, tales como “datos estadísticos incompletos e inadecuados; ausencia de sistematización y organización de la data; la falta de datos relevantes a una escala geográfica apropiada(...)

En Venezuela, no contamos con mapas o cartografías culturales” (Guzmán Cárdenas, 2009). Asimismo, la investigación será cualitativa porque el objetivo se centra en desarrollar “conceptos que nos ayudan a comprender los fenómenos sociales en entornos naturales (en lugar de experimental), prestando la debida atención a los significados, experiencias y puntos de vista de todos los participantes” (Pope & Mays, 1995). La investigación será de tipo transversal, porque se estudiará el contexto actual y de propósito básico, dado que solo mejorará el conocimiento y la comprensión sobre la situación de los espacios culturales.

El diseño de la investigación será de tipo no experimental, porque no se manipularán deliberadamente las variables, sino que se observarán. Además, se harán “inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa sobre la variación simultánea de las variables independiente y dependiente” (Kerlinger & Lee, 2002)

4.3 *Diseño de variables de la investigación*

4.3.1 *Espacios culturales*

Un espacio cultural es “un lugar donde las personas pueden acceder y participar de las artes y los bienes culturales en su calidad de públicos y/o creadores” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Colombia, 2011). Para esta investigación, se considerarán los espacios culturales formales y reglados y de espacios alternativos de uso cultural se considerarán las plazas, parques, universidades y espacios deportivos.

a. Salas de teatro

Es un tipo de espacio “destinado mayoritariamente a la producción y difusión de espectáculos escénicos (teatro, danza y música)” (Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias, 2003). Se considerarán dentro de la variable salas de teatro a aquellos auditorios que cuenten con la infraestructura y el equipamiento técnico necesario para el desarrollo de obras de teatro, conciertos o espectáculos de baile.

b. Bibliotecas

Para esta investigación se empleará, tanto para bibliotecas públicas como privadas, la definición del Manifiesto de la IFLA/UNESCO sobre la biblioteca pública (1994), es un centro de información que facilita a los usuarios todo tipo de datos y conocimientos (citado en Comité de la Sección de Bibliotecas Públicas de la IFLA, 2001).

c. Salas de Cines

En el Diccionario técnico Akal de Cine se habla de salas de cine contemporáneas conocidas como “complejos de salas superiores –multiplex o megaplex-, a veces en centros comerciales, a veces como construcciones independientes(...)con pantallas anchas, sistemas de sonido estereofónico y envolvente y butacas cómodas. (Konigsberg, 2004, p. 485)

d. Museos o Salas de exposición

Según el International Council of Museums (ICOM), los museos son instituciones que adquieren, conservan, investigan, comunican y exponen o exhiben, con propósitos de estudio, educación y deleite de colecciones de arte, científicas, etc., siempre con un valor cultural (citado en Del Álamo Nuñez, 2014). Se considerarán como museos o salas de exposición a aquellos espacios que permitan las actividades de conservación y exposición de colecciones de arte o científicas que otorguen un valor cultural a los visitantes.

e. Centros culturales

Este tipo de espacios cuenta con una “dotación para realizar actividades de difusión, formación y creación en diferentes ámbitos de la cultura, así como dinamización de entidades.” (Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias, 2003). Es decir, son espacios culturales compuestos ya que contienen en sí mismo otros espacios, lo cual permite producir y difundir distintas actividades culturales dentro del mismo recinto

4.3.2 Recreación en espacios culturales

En el Artículo 111 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), se establece como derecho cultural y educativo que “todas las personas tienen derecho al deporte y a la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y colectiva”.

En esta investigación se entenderá la recreación como resultado fundamental del proceso de Participación/Consumo del ciclo cultural de los

individuos en los espacios culturales, es decir, cómo se usan y aprovechan “las actividades de las audiencias y participantes asociadas con el consumo o participación en actividades y experiencias culturales (por ej., leer libros, bailar, participar en carnavales, escuchar la radio, visitar galerías de arte). (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009)”

a. Percepción de los espacios culturales

“La **percepción** se define como *el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo*”. (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 157) Se estudiará la percepción que tienen los individuos ante la experiencia de consumo en espacios culturales.

b. Conducta de consumo en espacios culturales

El comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. (...)se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) (Schiffman & Kanuk, 2010, p. 5)

Por ende, se analizarán las visitas a espacios culturales, cómo son las visitas, por qué van, cuándo van, adónde van, con qué frecuencia asisten, con qué frecuencia cómo lo evalúan antes, durante y después de asistir, cómo eso afecta a sus decisiones futuras de asistir a otro espacio cultural.

4.3.3 Perfil del consumidor de espacios culturales

De acuerdo con Schiffman & Kanuk (2010) es la “descripción psicográfica/demográfica de los consumidores reales o propuestos para un producto o servicio específico” (p. 277). En este caso, se establecerá una descripción de los consumidores de espacios culturales.

a. Perfil demográfico

Un perfil demográfico se compone de “atributos personales de los consumidores como la edad, el género, el origen étnico y el ingreso, son objetivos y empíricos y, a menudo, se utilizan para clasificar a los consumidores en segmentos de mercado distintos” (p. 58). De esta manera, se establecerán características personales que permitirán ilustrar el perfil del consumidor de espacios culturales de acuerdo a sus necesidades y capacidades como individuos.

b. Perfil actitudinal

Se compone de “mediciones relativas a los sentimientos generales de los consumidores (es decir, evaluación) respecto del producto y la marca, así como de sus intenciones de compra” (p. 293). Se harán mediciones relacionadas con los sentimientos, opiniones e intenciones de compra del público consumidor de los espacios culturales para determinar cómo es su actitud ante la oferta de estos espacios.

c. Estilos de vida

Los estilos de vida “consisten en *actividades, intereses y opiniones (...)* los datos psicográficos explican las decisiones de compra de los individuos y las elecciones que hacen dentro de las opciones de compra que están disponibles para ellos.” (p. 66) Se analizarán las actividades y pasatiempos del público así como sus intereses y como estos se vinculan con el aspecto cultural y recreativo de los espacios culturales.

4.4 Operacionalización de variables

Tabla 5 Cuadro de operacionalización de variables

OBJETIVO: Relacionar el servicio de espacios culturales con la teoría del factor de proximidad de las políticas culturales.					
DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	FUENTES
Servicio de espacios culturales	Espacios culturales Percepción Conducta de consumo	Importancia de la recreación cultural	¿Cree que la recreación puede ser tan importante como una necesidad básica (seguridad, transporte, alimentación, vivienda, vestido, libre tránsito, educación, etc.?) ¿Considera que las actividades culturales son importantes en la vida diaria de las personas? ¿Por qué? ¿Cuál es su papel?	Entrevista Grupo Focal	Expertos Vecinos
		Cantidad de espacios	¿Cree que hay suficientes espacios en el oeste del Municipio Libertador para las actividades culturales? ¿Cree que hay suficientes actividades culturales en el oeste del Municipio Libertador?		
		Cantidad de actividades	¿Considera que es fácil acceder a estos espacios? ¿Qué espera de un espacio de recreación? ¿Cómo lo mejoraría?		
		Acceso a espacios	¿Qué busca en una actividad cultural? ¿Qué espera usted de una política en materia cultural?		
		Acceso a actividades	¿Qué opinión tiene usted ante las políticas culturales parroquiales? ¿Considera que los horarios de las actividades son adecuados?		
		Expectativa de espacios	¿Es fácil acceder a la información de la programación? ¿Cree que los canales de comunicación directa con los espacios culturales son efectivos? ¿Cuáles propone?		
		Expectativa de actividades	Si pudiera crear políticas culturales, ¿cuáles implementaría?		
		Expectativa en políticas cultural			

OBJETIVO: Crear una base de datos de los espacios culturales destinados a la recreación cultural .

DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	FUENTES
Espacios culturales	Salas de teatro	Historia	¿Cuándo se fundó el espacio cultural?	Entrevista Investigación de fuentes secundarias	Gerentes Directorios de espacios culturales
			¿Cuál es la historia de su fundación?		
	Bibliotecas	Tipo de administración	¿Cuál es el propósito del espacio cultural? (o la misión, visión, objetivos y valores)		
			¿Cree que ha sido una gestión satisfactoria, de acuerdo a sus objetivos?		
	Salas de Cines	Aforo	¿Cuántos años lleva funcionando el espacio cultural?		
			¿La administración del espacio es pública, privada o pertenece a una ONG?		
	Museos/Salas de exposición	Horarios	¿Cuántas personas puede albergar el espacio cultural?		
			¿Cuántas personas, en promedio, asisten mensualmente?		
	Centros culturales	Días de visita	De los asistentes, ¿es el tipo de público esperado? ¿De cuánto es el aforo, en promedio, durante cada actividad? ¿En qué horario está operativo el espacio cultural?		
			¿Cuáles días está operativo el espacio cultural?		
	No convencional es	Ubicación	¿Dónde está ubicado?		
			¿En qué tipo de transporte se puede acceder al espacio cultural?		
Accesibilidad	Tipo de actividades	¿Hacia qué tipo de público están dirigidas sus actividades?			
		¿Cuáles son los tipos de actividades culturales que se realizan en este espacio?			
Medios de comunicación	Precio de entrada	¿Cuántas actividades se realizan mensualmente?			
		¿Realizan otro tipo de actividades en el espacio cultural? Es decir, un uso no convencional. En caso de que no, ¿estarían interesados en realizar otras actividades distintas?			
Funcionamiento	Medios de comunicación	¿Cuál es el rango de precios de las entradas a las actividades culturales?			
		¿Cuáles son las formas de contacto con el espacio cultural?			
Funcionamiento	Funcionamiento	¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados para difundir las actividades del espacio cultural?			
		¿Cuántos empleados tiene el espacio cultural?			
Funcionamiento	Funcionamiento	¿Tiene estacionamiento o servicio de valet parking?			
		¿De cuántos equipamientos y tecnología dispone? (En caso de ser una plaza o parque, esta pregunta no es necesaria).			
Funcionamiento	Funcionamiento	¿Cómo es el tipo de mantenimiento que requiere?			
		¿Con cuánta frecuencia se realiza este mantenimiento?			
Funcionamiento	Funcionamiento	¿Cuenta con cafés, restaurantes o kioscos para despachar alimentos y bebidas dentro o cerca del espacio cultural? ¿Considera que la respuesta del público es positiva? En caso de no ser así, ¿cuál cree que sea la falla? ¿Tienen algún mecanismo de control para conocer las preferencias de su público			
		¿Han tenido comentarios significativos de parte del público?			

OBJETIVO: Analizar las expectativas de uso y apropiación de los espacios culturales.					
DIMENSIONES	VARIABLES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTOS	FUENTES
Recreación en espacios culturales	Percepción de espacios culturales	<p>Accesibilidad</p> <p>Seguridad</p> <p>Grado de satisfacción</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Calidad de las actividades</p> <p>Oferta cultural</p> <p>Costos</p> <p>Horarios</p> <p>Promoción</p>	<p>¿Ha asistido a espacios culturales en el oeste de Caracas? Indique cuál(es)</p> <p>¿Es fácil ir hasta ese espacio cultural?</p> <p>¿Cuáles medios de transporte debe usar para llegar hasta él?</p> <p>¿Es fácil adquirir las entradas para las actividades culturales?</p> <p>¿Es seguro asistir a ese espacio?</p> <p>¿Está satisfecho con el servicio de estacionamiento o valet parking?</p> <p>¿Está satisfecho con la atención de los empleados?</p> <p>¿Está satisfecho con la comodidad del espacio?</p> <p>¿El espacio cumple sus expectativas técnicas en cuanto a comodidad, sonido, luces u otros equipamientos?</p> <p>¿Se pueden adquirir alimentos y bebidas cerca o dentro del espacio cultural?</p> <p>¿Las actividades empiezan puntualmente?</p> <p>¿Las actividades culturales satisfacen sus expectativas?</p> <p>¿El espacio cultural ofrece actividades para diversos públicos?</p> <p>¿Cómo calificaría las actividades que presenta el espacio cultural?</p> <p>¿Son suficientes actividades durante el mes?</p> <p>¿Considera que las actividades culturales son importantes?</p> <p>¿Es costoso asistir a este espacio cultural?</p> <p>¿Cree que los costos de entrada se corresponde con la calidad de las actividades?</p> <p>¿Considera que los horarios de las actividades son adecuados?</p> <p>¿Recomendaría este espacio cultural a sus allegados?</p> <p>¿Es fácil acceder a la información de la programación?</p> <p>¿Los gerentes de los espacios culturales hacen buen uso de los canales de comunicación?</p> <p>¿De qué manera quisiera recibir la información de la programación de los espacios culturales?</p> <p>¿Cuáles aspectos mejoraría del espacio cultural?</p>	Grupo Focal	Vecinos
	Conducta de consumo en espacios culturales	<p>Ocasión</p> <p>Días de consumo</p> <p>Lugar de consumo</p> <p>Grupos de referencia</p> <p>Frecuencia</p> <p>Capacidad de inversión</p>	<p>Cuando quieres ir a una actividad cultural, ¿adónde sueles ir?</p> <p>¿Cuáles motivos lo llevan a asistir a una actividad cultural?</p> <p>¿En cuáles días de la semana suele ir a una actividad en espacios culturales?</p> <p>¿Cuál es el rango de horario en el que prefiere asistir a una actividad cultural?</p> <p>¿Qué tipo de medio de transporte prefiere para asistir al espacio cultural?</p> <p>¿Cuáles tipos de espacios culturales prefiere para asistir a una actividad cultural?</p> <p>¿Prefiere asistir a una actividad cultural cerca de su domicilio?</p> <p>¿A quiénes consulta sobre el espacio o las actividades culturales antes de asistir?</p> <p>¿Con quién asiste a los espacios culturales?</p> <p>¿Prefiere asistir solo, en pareja, grupos pequeños o grupos grandes a las actividades culturales?</p> <p>¿Con cuánta frecuencia visita espacios culturales?</p> <p>¿Cuánto tiempo invierte en cada visita al espacio cultural?</p> <p>¿Cuáles actividades realiza al salir a visitar un espacio cultural?</p> <p>En un rango de precios, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por cada actividad cultural?</p> <p>¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por asistir mensualmente a espacios culturales?</p> <p>¿Cuándo asiste a un espacio cultural cuánto suele gastar en alimentos y bebidas?</p> <p>¿A cuáles actividades culturales prefiere asistir?</p> <p>¿Usa canales de comunicación directa con el espacio cultural? ¿Cuáles?</p> <p>¿Cómo suele recibir información sobre la programación del espacio cultural?</p>	Grupo focal	Vecinos

		Demanda Comunicación Motivo de consumo			
Perfil del consumidor	Perfil demográfico	Edad Sexo Empleo Ubicación geográfica	¿Qué edad tiene? ¿Tiene hijos? ¿Qué edades tienen sus hijos? ¿En qué trabaja? ¿Cómo es su horario de trabajo? ¿Dónde vive? ¿Cuánto tiempo tiene viviendo allí?	Grupo Focal	Vecinos
	Perfil actitudinal	Expectativas Valores Creencias Nivel de involucramiento	¿Qué espera de un espacio de recreación? ¿Qué busca en una actividad cultural? ¿Está satisfecho con la oferta de Alimentos y Bebidas cercana a los espacios culturales? ¿Cree que los canales de comunicación directa con los espacios culturales son efectivos? ¿Considera que es fácil acceder a estos espacios? ¿Lleva a sus hijos a actividades culturales? ¿Qué espera usted de una política en materia cultural? ¿Qué opinión tiene usted ante las políticas culturales de su parroquia? ¿Cree que hay suficientes espacios cerca de su casa para las actividades culturales? ¿Cuáles aspectos mejoraría en las actividades culturales? ¿Cree que la recreación puede ser tan importante como una necesidad básica (seguridad, transporte, alimentación, vivienda, vestido, libre tránsito, educación, etc.)? ¿Alguna vez ha participado o se ha vinculado en el desarrollo de una actividad cultural?	Grupo Focal	Vecinos
	Estilo de vida	Actividades Pasatiempos Intereses	¿Cómo son sus ocupaciones diarias? ¿Cuáles actividades desarrolla durante el fin de semana? ¿Qué tipo de actividades realiza en su tiempo libre? ¿Cuánto tiempo le dedica a actividades relacionadas con la cultura (leer, ver películas, escuchar música, ir a eventos culturales, etc.)? ¿Ha desarrollado otras actividades u oficios adicionales a su carrera? (pintor, cocinero, cantante, etc.)? ¿Cuál es su actividad cultural favorita? ¿Cuál es su tipo de espacio cultural favorito? ¿De qué temas le gusta leer o investigar en libros, revistas o internet?	Grupo Focal	Vecinos

4.5 *Unidades de análisis*

Para el estudio planteado se identificaron cuatro grandes grupos de fuentes de primera mano que pueden aportar información relevante para abordar el problema de investigación.

4.5.1 *Espacios culturales*

Son aquellos espacios culturales, convencionales y no-convencionales, que se encuentran operativos durante el período de la investigación.

4.5.2 *Gerentes de espacios culturales*

Son aquellas personas con autoridad directiva dentro del organigrama interno de cada espacio cultural, de acuerdo al tipo de administración (privada, pública o del tercer sector), que conocen tanto la historia como el funcionamiento y la oferta actual de actividades culturales en dicho espacio.

4.5.3 *Expertos en áreas de gestión cultural o afines*

Se considerará la opinión de expertos de profesión u oficio en áreas de gestión cultural, producción de eventos culturales, mercadeo institucional, estudios culturales y afines que puedan mostrar su visión y análisis como expertos en la evolución, funcionamiento, cuidado y oferta recreativa de los espacios culturales en Caracas.

4.5.4 *Vecinos*

Son todas aquellas personas mayores de 18 años que viven en el territorio delimitado para el estudio.

4.6 *Instrumentos de medición*

Al tratarse de una investigación de carácter exploratorio se recomienda complementar la revisión de la bibliografía con métodos de investigación cualitativos tales como los grupos focales y entrevistas exhaustivas a fuentes primarias.

4.6.1 Entrevistas exhaustivas

Es un método cualitativo flexible y efectivo para recabar información de fuentes primarias.

...también llamadas “a profundidad”, consisten en que un entrevistador competente formula a un entrevistado un conjunto de preguntas semiestructuradas de sondeo, normalmente en persona (...). Con entrevistas exhaustivas, el investigador recolecta datos de actitudes y conductas del entrevistado, los cuales corresponden a todos los marcos temporales (pasado, presente y futuro). (Hair, Bush, & Ortinau, 2010, p. 150)

Este instrumento permite tener un mayor acercamiento con la fuente primaria. Las preguntas de sondeo promoverán una conversación fluida con el entrevistado; de esta manera, se pueden encontrar datos adicionales que sean también relevantes.

4.6.2 Grupos focales

Los grupos focales o “de enfoque” es uno de los métodos más usados para reunir datos cualitativos en investigaciones de marketing, dado que es una conversación abierta que se nutre de la participación de todos los miembros:

La investigación en grupos de enfoque consiste en reunir un grupo pequeño de personas para una discusión espontánea de un tema o concepto en particular. Por lo regular, los grupos de enfoque constan de 8 a 12 participantes, guiados por un moderador profesional en una discusión semiestructurada que dura alrededor de dos horas. Al alentar a los miembros del grupo a hablar con detalle acerca de un tema, el investigador extrae cuantas ideas, actitudes y experiencias sea posible sobre el tema especificado (Hair, Bush & Ortinau, 2010, p. 153).

El uso de este método cualitativo aporta numerosas ventajas a la investigación, puesto que la recolección de datos no se limita tanto y se puede extraer una gran cantidad de información sobre lo qué piensan los entrevistados.

4.7 *Validación de instrumentos de medición*

Las guías de preguntas semiestructuradas para las entrevistas exhaustivas y para el grupo focal fueron validadas por la directora de Cultura UCAB, Jannabell Hernández; el director de Teatro UCAB y profesor de la Escuela de Comunicación Social y de Educación, Nicolás Barreto; y por el profesor de la Escuela de Comunicación Social, Jesús Armando López.

4.8 *Población*

4.8.1 Espacios culturales

En conformidad con la tipología presentada por Del Álamo Nuñez (2014), serán todas las salas de teatro, bibliotecas, salas de cines, museos o salas de exposición, centros culturales y espacios no convencionales de uso cultural que estén ubicados en las urbanizaciones de las Parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega.

4.8.2 Gerentes de espacios culturales

Serán aquellas personas responsables de la dirección y/o administración de espacios culturales (públicos, privados o del tercer sector) ubicados en el oeste de Caracas, específicamente en las urbanizaciones de las Parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega.

4.8.3 Expertos en áreas de gestión cultural o afines

Serán especialistas, investigadores y actores relacionados con áreas de Gestión Cultural, Comunicación Social, Mercadeo Institucional, Sociología, Estudios Culturales y/o carreras afines que puedan dar su visión sobre el sistema cultural y las políticas culturales locales.

4.8.4 Público

Serán habitantes mayores de 18 años que actualmente residan en las urbanizaciones de las Parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega.

4.9 *Muestra*

4.9.1 *Espacios culturales*

Para lograr el diseño de una base de datos que incluya todos los espacios culturales operativos, se utilizará un método de censo en lugar de muestreo, dado que “un censo implica numerar a todos los elementos de una población, después de lo cual es posible calcular de manera directa los parámetros de la población” (Malhotra, 2004, p. 335).

Se presentará forma sistemática una serie de resultados en formato de ficha que, inspiradas en la metodología usada por en Guillermo Barrios para escribir el libro *Inventario del Olvido* (1992), servirán para esbozar una base de datos actualizada de los espacios culturales ubicados en las parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega.

Primero, se presentarán las fichas de aquellos espacios culturales que pudieron ser identificados y descritos de acuerdo a las variables planteadas. Estas fichas poseen información básica de interés tales como parroquia, status, tipo de espacio, dirección, acceso, uso cultural, servicio de estacionamiento, servicio de alimentos y bebidas en el lugar, horarios de atención y de actividades, formas de contacto, una fotografía y una breve reseña sobre su labor.

Para la elaboración de estas fichas se planteó obtener la información por fuentes secundarias (directorios, páginas web, medios electrónicos y folletos) y a través de entrevistas a gerentes culturales. Ante la inexistencia de un directorio que incluya los dominios culturales tipificados, se recurrió a seleccionar aquellos espacios tipificados en el Registro General del Patrimonio Cultural vigente, la cual se ve limitada en las categorías abordadas y complementar la selección definitiva a través de la observación participante y la recolección de datos secundarios.

Luego, se enumerarán en una tabla sencilla todos aquellos espacios culturales de los cuales no se tiene suficiente información como para diseñar

una ficha descriptiva completa, bien sea por limitaciones durante la investigación o la inexistencia de dicha información (caso de uso cultural en las plazas). Esta tabla solo incluye datos recabados a través de la observación participante y la consulta de fuentes secundarias tales como medios electrónicos, redes sociales, blogs y periódicos.

Finalmente, se presentará un mapa con las parroquias de la Gran Caracas, con los espacios culturales activos que han sido identificados en esta investigación, los cuales están ubicados según su parroquia (aunque no de manera exacta) y categorizados a través de una leyenda. Este “mapa cultural” pretenderá ser una primera aproximación hacia la elaboración sencilla de una cartografía cultural del municipio, la cual debe realizarse con un equipo de expertos en la realización de este tipo de registro.

4.9.2 Gerentes de espacios culturales

Esta unidad de análisis será abordada con un muestreo no probabilístico dado que la delimitación, los objetivos y el alcance de la investigación no permiten el uso de un método más complejo. Específicamente, se empleará un muestreo por juicio, ya que en este método “se selecciona a los participantes de acuerdo con la creencia de un investigador experimentado de que aquellos llenarán los requisitos del estudio”. (Hair, Bush & Ortinau, 2010, p. 308)

Para estudiar esta unidad de análisis se aplicó una guía de entrevistas exhaustivas (Ver Anexo A) de manera satisfactoria a los directores de los siguientes espacios culturales: Teatro San Martín, Dirección de Cultura de la Universidad Católica Andrés Bello, Biblioteca Central Felipe Guevara Rojas, Hacienda La Vega, Cines Unidos y Teatro Paraíso del INCRET.

Lamentablemente, no se tuvo la oportunidad de acordar efectivamente una cita con algún representante de FUNDARTE, del Ministerio del Poder Popular para la Cultura o FUNDAPATRIMONIO para conocer más sobre el uso cultural de espacios no-convencionales como las plazas, a pesar de los correos electrónicos y visitas realizadas. Del mismo modo, tampoco se pudo

organizar una reunión con los directores del Centro Cultural Padre Guillermo Plaza, a pesar del intercambio de correos electrónicos y visitas; se realizaron 3 visitas y varios envíos de correos electrónicos a los datos de contacto del Museo Francisco Narváez, pero dado su inactividad, se presume que ya no ofrecen atención al público. Del mismo modo, y por limitaciones de tiempo en la investigación, no se pudo acordar una reunión con el director de Extensión Socio Cultural de la UPEL, ni con los directores del Teatro Alí Gómez García, ni la junta de condominios a la que pertenece la plaza Agustín Codazzi.

4.9.3 Expertos en áreas de gestión cultural o afines

Para esta unidad de análisis también debe emplearse el muestreo por juicio y el muestreo de bola de nieve, el cual “consiste en identificar y calificar un conjunto de encuestados iniciales en perspectiva que a su vez pueden ayudar al investigador a identificar a personas adicionales para incluirlas en el estudio” (p. 309)

Para obtener la opinión y las propuestas de expertos culturales, se aplicó una guía de entrevista exhaustiva (Ver Anexo B) indagando en tópicos generales y específicos de la situación de la cultura en el Municipio Libertador de Caracas. La primera entrevista se realizó a la Directora de Cultura UCAB, Jannabel Hernández, por su rol de gestora cultural de la Universidad Católica Andrés Bello por más de una década. Luego, se contactó a María Alejandra Vera, fundadora y directora de la Fundación CineJardín, una iniciativa ciudadana para incentivar manifestaciones culturales en el oeste de la ciudad (con el grupo de corredores RunnersOeste, cine a cielo abierto con CineJardín y festivales de lectura con Pasalahoja).

También se conversó con Héctor Barboza Grau, publicista, gestor cultural y co-fundador de A&B producciones con el que ha impulsado la Fundación Plátano Verde, Fundación Venezuela Subterránea y la película Hermano. Por otro lado, el sociólogo y profesor Carlos Guzmán Cárdenas también dio su aporte teórico tras años de análisis e investigación en gestión y políticas culturales en Venezuela y Latinoamérica. Del mismo modo, se aplicó

el instrumento al curador e investigador Humberto Valdivieso, quien tiene vasta experiencia y conocimiento de semiología y comunicación visual. Se conversó con Juan Carlos Ballesta, productor de eventos y director de la revista musical más importante del país, Revista Ladosis. Y, finalmente, se entrevistó a Valentina Hidalgo, periodista y gestora cultural, quien ha desarrollado notables proyectos de cultura en Venezuela, como la Fundación de la Movida Acústica Urbana, Guataca Producciones y, actualmente, se desempeña como líder en patrocinios culturales de Telefónica.

Durante la aplicación del muestreo por juicio, surgieron muchos nombres y organizaciones a las que valía la pena contactar para ampliar la visión en todas sus dimensiones. Sin embargo, el factor tiempo y de disponibilidad de los expertos fueron limitaciones importantes para el desarrollo de otras entrevistas, tales como Albe Pérez-Perazzo de Cultura Chacao; representantes de FUNDARTE y del Ministerio de Cultura; el periodista y magíster de diseño del espacio público, José “Cheo” Carvajal; Paola Posani, arquitecta y directora de FUNDACARACAS; y Tulio Hernández, sociólogo experto en cultura y comunicación.

4.9.4 Vecinos

El estudio de esta unidad de análisis consiste en un muestreo no probabilístico dado que el marco de tiempo no permite realizar un muestreo complejo, así como tampoco se cuentan con los recursos (tanto financieros como humanos) necesarios; es decir, se desconocerá “la probabilidad de elegir cada unidad de muestreo” (Hair, Bush & Ortinau, 2010, p. 298); por ende, también se aplicará el método de muestreo de bola de nieve para esta muestra.

Se le aplicó una guía de grupo focal a tres grupos con rango de edades comprendidas entre los 19 y los 72 años. El primero se desarrolló con 9 vecinos de El Paraíso. Luego, con 7 vecinos de la parroquia La Vega y 1 vecino de la parroquia El Paraíso. Finalmente, se realizó un tercer encuentro con 9 vecinos de la parroquia San Juan.

CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 *Base de datos de espacios culturales*

La tarea de analizar la demanda de un servicio como la cultura envuelve al investigador en una búsqueda integrada de los actores y públicos involucrados en el hecho cultural (o en las distintas etapas del ciclo cultural). El acercamiento a la oferta de espacios culturales implica entender también los aciertos y limitaciones de los gerentes culturales, para tratar de entender cómo aceptan, procesan y manejan ciertas dificultades y propuestas que puedan darse en el desarrollo de esta investigación.

A través de las entrevistas a los gerentes culturales (Ver anexo 7.5) se pudieron extraer, con mayor confiabilidad, los datos especificados en las fichas adjuntas a cada espacio, así como información complementaria sobre las oportunidades y limitaciones de cada espacio cultural, de acuerdo a su administración, propósito y planificación estratégica:

- **Teatro San Martín:** La historia detrás de su fundación y trayectoria, así como su programación constante, el alcance e integración de distintos públicos, así como el trabajo del teatro por la comunidad, lo apuntalan como el espacio cultural por excelencia de su parroquia e, incluso, del oeste. Sin embargo, se evidencian dos desafíos importantes: primero, su promoción tiene un foco principalmente local a través de esfuerzos tradicionales; segundo, no tienen mecanismos de control para evaluar metódicamente la evolución e impacto de sus actividades, así como para plantearse nuevos desafíos.
- **Dirección de Cultura UCAB:** Los auditorios y espacios abiertos de la Universidad Católica Andrés Bello son un espacio alternativo de gran potencial, especialmente en materia de atender distintos públicos. Entendiendo, naturalmente, que su lógica administrativa y operativa está limitada a la dinámica de la institución universitaria. No obstante, se han podido identificar puntos que podrían afectar la consecución de sus

objetivos (especialmente, aquellos que buscan ampliar la integración de vecinos como público de actividades en ese espacio): incapacidad de cuantificar el público asistente a cada evento y, en consecuencia, sus valoraciones, la integración de la Dirección de Cultura UCAB con el Centro Cultural Padre Guillermo Plaza, la posibilidad de establecer conexiones e intercambios culturales con otros espacios académicos y, finalmente, promoción de foco local con esfuerzos tradicionales.

- **Biblioteca Central Felipe Guevara Rojas:** Al ser una de las pocas bibliotecas del oeste, su papel como institución podría cobrar un sentido mayor al de ser simplemente la biblioteca adscrita al Instituto del Pedagógico de Caracas. De hecho, esto podría traducirse en una fortaleza, al tratarse de una institución universitaria pública y especializada, lo cual sitúa a la biblioteca como un punto de referencia en el área. No obstante, los factores socioeconómicos del país se han convertido en una gran dificultad para el mantenimiento y la evolución de la biblioteca en términos presupuestarios, principalmente. Aunque su objetivo de incorporar tecnología y actividades culturales transversales al uso tradicional de una biblioteca supone un paso importante para hacer frente a la situación y ampliar el impacto del servicio prestado. Las dificultades del espacio (y de la institución en general, en materia cultural) versan en la posibilidad de conectar su oferta con la comunidad ipequista y cercana a la institución.
- **Hacienda La Vega:** Es un espacio no convencional de gran valor histórico y, por ende, turístico. Esto representa una gran oportunidad si la administración de la hacienda (o, en su defecto, la productora SitiosWAO) decidiera explotar y masificar la oferta cultural de un espacio con esas características. Las posibilidades detrás de esa idea pudieran ser infinitas. Entre los principales desafíos del espacio actualmente está: no tienen un plan de mercadeo integrado a través del nombre “Hacienda La Vega”, la posibilidad de vincularse más en las actividades producidas, la posibilidad de vincularse más con las comunidades cercanas al espacio, así como la posibilidad de producir eventos con mayor frecuencia e impacto.

- **Cines Unidos del Galerías Paraíso:** Este espacio es el más exitoso de la zona, en cuanto a conexión con el público, ventas y promoción. Esto se debe a tres razones principales: estar respaldado por una marca exitosa en el ámbito nacional, estar en un centro comercial concurrido y ser el único complejo de cine privado de todo el oeste. Como corporación, su trabajo en mercadeo es integrado y altamente efectivo, también se evidencia un trabajo notable en el estudio del público al que quieren aproximarse con cada complejo de cines. Sus principales desafíos como espacio están en otra etapa, inclinada hacia la posibilidad de introducir innovación, labores de mantenimiento y a superar las barreras que un centro comercial pueda crear para el desarrollo natural de la oferta cultural.
- **Teatro Paraíso del INCRET:** El Teatro Paraíso es un auditorio dotado técnicamente de todos los aspectos necesarios para llevar a cabo actividades culturales de gran calidad para un público de más de 400 personas. Sin embargo, la lógica administrativa del INCRET obedece a una lógica distinta: velar por el cumplimiento de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente del Trabajo (LOPCYMAT); en este sentido, su uso se ve limitado a los planes de recreación cultural desarrollados para este fin y al alquiler para eventos privados. Al igual que la Hacienda La Vega, es un espacio que, potencialmente, podría explotar su uso cultural con una programación abierta al público general, en la medida en que estas acciones puedan seguir conectándose con sus objetivos como organización. En ese sentido, este teatro tendría que proponerse un plan de mercadeo y promoción orientado a su imagen como espacio cultural accesible para la comunidad.

5.1.1 Teatro San Martín


Parroquia: San Juan	Tipo de espacio: Centro cultural
Uso cultural: Teatro, música, danza, exposiciones y talleres	Status actual: Activo
Dirección: Av ppl. San Martín con Puente 9 de diciembre, frente al Centro Comercial Los Molinos. Urbanización San Martín.	
¿Cómo llegar? A pie, metro, autobús, taxi y vehículo.	Aforo Sala San Martín: 300 butacas Sala Expoteatro: 100 butacas.
Servicios:  No hay estacionamiento.	
Horarios <u>Atención al público:</u> Lunes a Viernes de 2:00-6:00 pm. <u>Funciones:</u> Viernes y sábado 7:30pm, domingos 6:00pm	Contacto: (0212) 451-2161 / 377-2526. info@tsmcaracas.com . Facebook: Teatro San Martín de Caracas. Twitter e Instagram (@tsmcaracas)



Figura 6 Fachada del Teatro San Martín.

Fuente: FUNDARTE. (s.f.). Teatro San Martín. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web del Festival de Teatro de Caracas: <http://www.festivaldeteatrodecarracas.org.ve/teatros/86-teatro-san-mart%C3%ADn.html>

El teatro San Martín refleja, en sí mismo, la historia de la modernización de la avenida San Martín (columna vertebral de la parroquia San Juan): “Fue inaugurado el 23 de abril de 1993. Hasta ese momento, las instalaciones construidas originalmente en 1942 y abandonadas en 1975, estuvieron destinadas a depósitos de objetos inservibles. Dieciocho años más tarde se creó el teatro como centro cultural...” (FUNDARTE, s.f.)

El compromiso artístico, cultural y formativo de su grupo fundador, de cara a la comunidad de las distintas parroquias del oeste de Caracas, ha convertido al teatro en un punto común de encuentro tanto para niños, como jóvenes estudiantes, adultos y hasta la tercera edad.

5.1.2 Museo Francisco Narváez

Parroquia: San Juan	Tipo de espacio: Museo
Uso cultural: Exposiciones y talleres	Status actual: Inactivo
Dirección: Calle Andalucía, Edificio Fundación Francisco Narváez. Urbanización San Martín	
¿Cómo llegar? A pie, vehículo, taxi, autobús y metro (cerca)	Aforo Mínimo 15 personas Máximo 30 personas
Servicios: No hay cafetín ni estacionamiento	
Horarios Lunes a viernes de 9:00 am a 12:00 m. y de 1:00 pm a 4:00 pm.	Contacto: (0212) 462-92-28 / 27-36. fundacion@fundacionnarvaez.com www.fundacionnarvaez.com



El Museo Francisco Narváez de Caracas fue un espacio de encuentro y divulgación de la obra del gran escultor contemporáneo Francisco Narváez. Desde su creación, en 1986, pretendió ser un “espacio de confrontación” (Fundación Francisco Narváez, 2015) para los creadores y aficionados del arte tridimensional: el museo orientó sus esfuerzos a un área de investigación, de exposición permanente, apoyo al escultor, eventos temáticos y talleres de formación y creativos para niños, jóvenes y adultos en técnicas de escultura (de tipo Francisco Narváez, madera, relieves en yeso, de modelado, entre otros).



Figura 7 Fachada del Museo Francisco Narváez

Sin embargo, su página web (su principal medio de promoción y contacto) no actualiza sus noticias y programa de eventos desde el 2013, actualmente, se presume que el espacio ya solo se usa para labores de tipo administrativo de la familia Narváez, directores del mismo desde su creación.

5.1.3 Biblioteca Central "Felipe Guevara Rojas"

Parroquia: El Paraíso	Tipo de espacio: Biblioteca
Uso cultural: Servicios de biblioteca, lectura y tertulias	Status actual: Activa
Dirección: Av. José Antonio Páez, Edif. Histórico del IPC - El Paraíso.	
¿Cómo llegar? A pie, transporte de la universidad, autobús, vehículo	Servicios:  
Horarios Lunes a Viernes 8:00am a 6:30pm (Todo público).	Contacto: 0212 451 07 02 / 405 28 44. biblioteca@ipc.upel.edu.ve http://biblioteca.ipc.upel.edu.ve/ Facebook: Biblioteca Felipe Guevara Rojas

Según la información de la página oficial de la Biblioteca Central Felipe Guevara Rojas (s.f), en 1954, crea la biblioteca por iniciativa y enfoque en el Departamento de Pedagogía. En 1967, se añaden a la misma el resto de unidades homólogas de otros departamentos, creando así la Biblioteca Central de la institución.

En 1979, se crea una nueva sede en el Edificio de la Biblioteca Central, la cual está dotada de varios espacios para sus múltiples servicios de consulta circulante para todo público, publicaciones, consulta audiovisual y otros procesos técnicos y de apoyo a la comunidad ipequista. También realizan actividades como foros, conferencias, tertulias y clubes de lectura con el fin de ampliar la oferta investigativa y cultural para todo el público interesado.



Figura 8 Entrada de la Biblioteca Central "Felipe Guevara Rojas".

5.1.4 UPEL Instituto Pedagógico De Caracas

Parroquia: El Paraíso

Tipo de espacio: No convencional

Uso cultural: Música, danza, talleres y ferias

Status actual: Activa

Dirección:

Av. José Antonio Páez, Edif. Histórico del IPC - El Paraíso.

¿Cómo llegar?

A pie, transporte de la universidad, autobús, vehículo

Servicios:



Horarios

Lunes a Viernes de 7am a 8pm

Contacto: 0212-4817404

<http://www.ipc.upel.edu.ve>

Facebook: IPC.Noticias.OFICIAL.

Twitter: (@ipcupel)

El Instituto Pedagógico de Caracas tiene un Programa de Extensión Socio Cultural que se encarga de representar actividades sociales y culturales para promover el acceso de los públicos internos y externos del IPC. Estas actividades se realizan en distintos espacios abiertos y cerrados del campus universitario para el disfrute de estudiantes, docentes y vecinos de la zona.

Dichas actividades “contribuyen al rescate y revalorización del patrimonio cultural, a elevar su crecimiento personal y en consecuencia al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades”. (Instituto Pedagógico de Caracas, s.f.).



Figura 9 Entrada del Instituto Pedagógico de Caracas

Fuente: UPEL-Instituto Pedagógico de Caracas (2012, marzo, 20). [Actualización Facebook]

Recuperado de <https://www.facebook.com/IPC.Noticias.OFICIAL>

5.1.5 Teatro Paraíso del INCRET

Parroquia: El Paraíso

Tipo de espacio: Teatro

Uso cultural: Música, danza y teatro

Status actual: Activo

Dirección: Av. Santander (antigua Casa Sindical), El Paraíso

¿Cómo llegar?

Aforo: 450 butacas

A pie, metro, autobús, taxi y vehículo.

Servicios:



Horarios

Atención al público: Lunes a Viernes 8:30 - 4:30pm. **Funciones:** De lunes a domingo, según programación.

Contacto: 0212-4614940 / 0212-4514266. prensa@incret.gob.ve/ eventos@incret.gob.ve Instagram: @INCRETsedecentral. Twitter: @INCRETOficial. Facebook: INCRET Oficial



Figura 10 Fachada del Teatro Paraíso del INCRET

Fuente: INCRET. (s.f.). *INCRET: Nosotros*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web del INCRET: <http://www.incret.gob.ve/index.php/sedes-incret/sede-central>

El Teatro Paraíso del INCRET es el auditorio más grande de la sede central del Instituto Nacional de capacitación y recreación de los trabajadores (INCRET). Esta institución se encarga de “desarrollar programas institucionales propios, eficientes y eficaces, de contenido significativo en Turismo Social, Deporte Laboral, Cultura y Recreación Integral” (INCRET, s.f.) para los trabajadores de empresas que deben cumplir con las condiciones de trabajo que exige la LOPCYMAT.

En el Teatro Paraíso también se desarrollan actos protocolares y actividades artísticas de organizaciones educativas o privadas que quieran desarrollar sus espectáculos allí, de forma privada, para sus distintos públicos. Actualmente la directiva del INCRET está considerando ampliar su oferta abierta al público con iniciativas de recreación y deporte.

5.1.6 Cines Unidos Galerías Paraíso

Parroquia: El Paraíso

Tipo de espacio: Salas de cine

Uso cultural: Proyección de Cine

Status actual: Activo

Dirección: Av. José Antonio Páez con Avenida Guzmán Blanco, fte. a la redoma La India, C.C. Galerías Paraíso, Nivel Cines. Urbanización El Paraíso.

¿Cómo llegar?

A pie, metro, autobús, taxi y vehículo.

Aforo:

5 Salas 2D y 1 3D, 1108 butacas

Servicios:



Horarios

Lunes a Domingo de 12m a 9:00pm

Contacto: 0500-7354285

www.cinesunidos.com. (Twitter

@CinesUnidos, Instagram

@CinesUnidosVe y Facebook Cines Unidos)

Cines Unidos, como compañía, tiene 187 salas ubicadas en todo el país tras 69 años de historia de exhibición de películas.

El complejo del Centro Comercial Galerías Paraíso es, además, el único espacio de salas de cine actualmente activo en el oeste del Municipio Libertador. Su proyección permanente ofrece un mínimo de 6 películas extranjeras y venezolanas (con varias funciones al día).



Figura 11 Fachada del Centro Comercial Galerías Paraíso

5.1.7 Hacienda La Vega

Parroquia: El Paraíso

Tipo de espacio: No convencional

Uso cultural: Proyección de Cine, conciertos, exposiciones, tertulias

Status actual: Activo

Dirección: Av. José Antonio Páez con Avenida Guzmán Blanco, fte. a la redoma La India, C.C. Galerías Paraíso, Nivel Cines. Urbanización El Paraíso.

¿Cómo llegar?

A pie, vehículo, taxi, autobús y metrobús

Aforo: Salón Principal: Hasta 200 personas

Salón Biblioteca: Hasta 40 personas

Jardines: Hasta 3000 personas

Servicios:



Horarios

Atención al público: Lunes a domingo 8:00am a 5:00pm | Eventos: fines de semana

Contacto:

(0212) 442 4818 / Sitios WAO-Ventas en Caracas. (0212) 214 1029 / 1030 /

info@haciendalavega.com.

Facebook, Twitter e Instagram

@SitiosWAO



Figura 12 Fachada de la Hacienda La Vega

La Hacienda La Vega, fundada en 1590, fue durante siglos una casa colonial privada que con el pasar del tiempo ha sido preservada y dotada “con amplios jardines y modernos salones de conferencia adaptados a cualquier necesidad” (Hacienda La Vega, s.f.) para administrar el espacio con eventos privados

(celebraciones, conferencias, fiestas, etc.) y visitas guiadas al interior de la Hacienda.

Actualmente, su gestión y animación cultural es liderada por la promotora turística SitiosWAO, la cual se encarga de poner el espacio a disposición de cualquier actividad privada y/o de interés para el espacio, así como de desarrollar las visitas guiadas y eventos impulsados por la Hacienda La Vega (como los Domingos Culturales o las ferias del Vive La Vega).

5.1.8 Teatro Alí Gómez García

Parroquia: La Vega

Tipo de espacio: Teatro

Uso cultural: Teatro, música y talleres

Status actual: Activo

Dirección: Plaza Simón Bolívar de la Vega. Parroquia La Vega

¿Cómo llegar?

Aforo

A pie, autobús y taxi

165 butacas

Horarios

8:00am a 5:00pm

El Teatro Alí Gómez García, ubicado en el corazón del bulevar de La Vega, fue fundado en 1992 “teniendo inicialmente una propiedad particular de una familia local, hasta que fue adquirido y reinaugurado por las autoridades municipales de Caracas y reabierto en el año 2014 Festival de Teatro de Caracas”. (FUNDARTE, s.f.) Actualmente, sirve de espacio de encuentro para manifestaciones culturales, artísticas y formativas para niños, jóvenes y adultos.



Figura 13 Fachada del Teatro Alí Gómez García

Fuente: FUNDARTE. (s.f.). Teatro Alí Gómez García.

Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de FUNDARTE: <http://fundarte.gob.ve/32-teatro-ali-gomez-garcia/69-teatro-ali-gomez-garcia.html>

5.1.9 Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza

Parroquia: La Vega

Tipo de espacio: Centro cultural

Uso cultural: Servicios de biblioteca, exposiciones, lectura, música, talleres y proyección de cine

Status actual: Activo

Dirección: Av. Teherán, Universidad Católica Andrés Bello. Montalbán. Parroquia La Vega

¿Cómo llegar?

A pie, vehículo, taxi, autobús y metrobús

Servicios:



Horarios

Lunes a viernes 7:30am a 8:30pm

Contacto: (0212) 4076162

centroculturalucab@gmail.com.

<http://centrocultural.ucab.edu.ve/>

Facebook, Twitter e Instagram:

@CentroCulturalUCAB



Figura 14 Fachada del Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza

Fuente: Universidad Católica Andrés Bello. (s.f.). *Nuestros proyectos*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de sitio Web de Unversidad Católica Andrés Bello: <http://w2.ucab.edu.ve/nuestros-proyectos.html>

El Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza (s.f.) se inauguró, en mayo de 2013, como un espacio con múltiples servicios para el desarrollo de actividades académicas y culturales de la comunidad ucabista. Los servicios de consulta y préstamo de la Biblioteca Central están limitados para la comunidad ucabista, estudiantes externos y de educación media, mientras que los eventos realizados en la Sala de Exposiciones, auditorios y salas de usos múltiples amplían su alcance a todo público.

5.1.10 Universidad Católica Andrés Bello

Parroquia: La Vega

Tipo de espacio: No convencional

Actividades culturales: Teatro, música, danza, tertulias, proyecciones de cine y talleres

Status actual: Activo

Dirección: Av. Teherán, Universidad Católica Andrés Bello. Montalbán. Parroquia La Vega

¿Cómo llegar?

A pie, vehículo, taxi, autobús y metrobús

Aforo: Aula Magna: 680 personas.

Hermano José Gregorio Lanz: 280 personas. Biblioteca: 180 personas.

Sala Usos Múltiples del Edificio Cincuentenario: 70 personas. Simón Planas Suárez: 50 personas. Teatro UCAB: 215 personas. Jardines: no limitativo.

Servicios:



Horarios

Atención al cliente (Cultura UCAB): Lunes a viernes de 8:00am a 12:00m, 2:00pm a 6:00pm. **Eventos:** Lunes a viernes hasta las 8:00pm. Sábados hasta las 5pm.

Contacto: (0212) 407.42.11
coordinacioncultural.ucab@gmail.com.
Facebook, Twitter e Instagram:
@CulturaUCAB

La Universidad Católica Andrés Bello tiene una unidad dedicado al desarrollo, gestión y promoción de manifestaciones artísticas para la comunidad ucabista y su entorno en distintos espacios cerrados y abiertos, de acuerdo a la naturaleza de la actividad o iniciativa de recreación cultural.

La Dirección de Cultura UCAB “gestiona eventos e integra a otras instituciones culturales, organiza talleres como parte del plan de formación extra-académica y fomenta mediante una amplia oferta de actividades la identidad sociocultural venezolana”. (Universidad Católica Andrés Bello, s.f.)



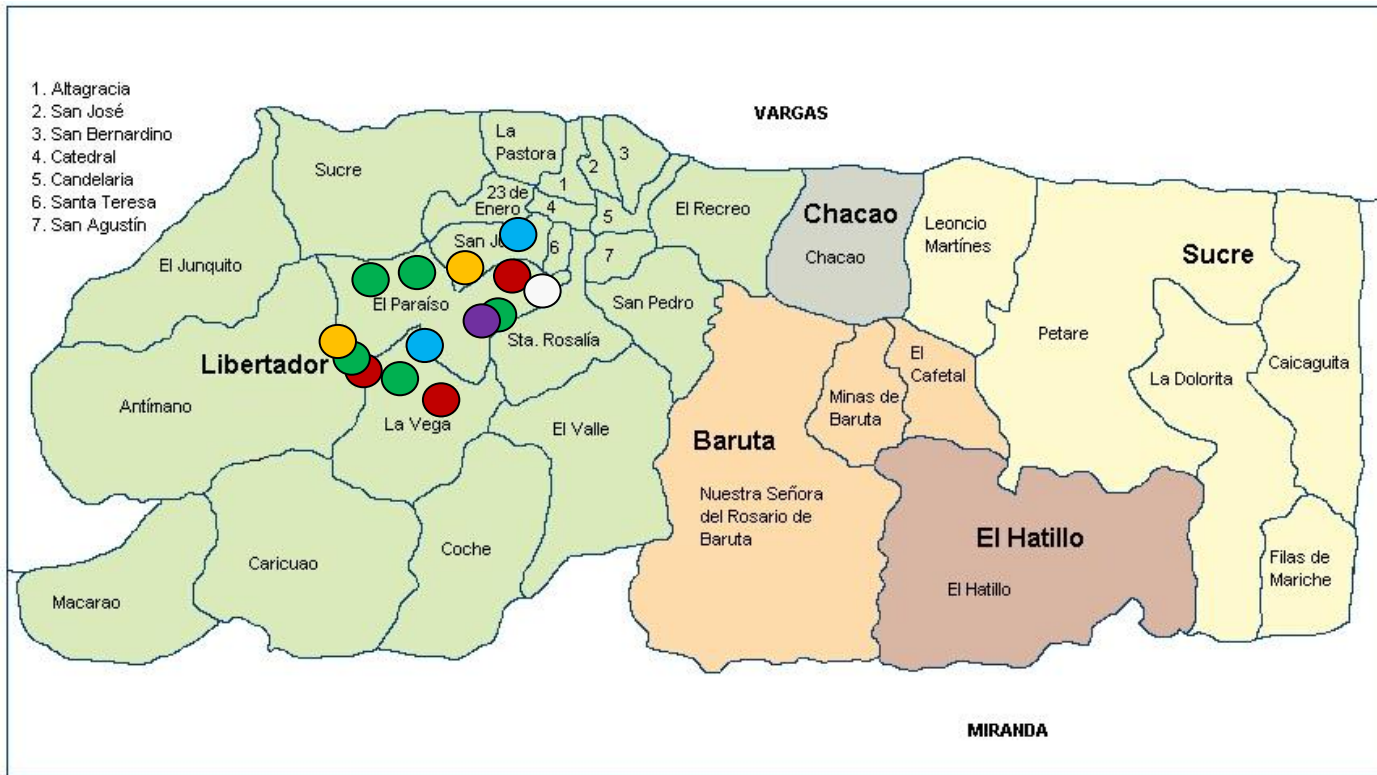
Figura 15 Jardines de la UCAB

5.1.11 Otros espacios culturales

Tabla 6 Registro de otros espacios culturales

Espacio	Parroquia	Dirección	Tipo de administración	Tipo de espacio	Uso cultural	Estatus
Plaza San Martín	San Juan	Av. Principal de San Martín a la altura de la Maternidad	Pública	Espacio no convencional	No aplica	Inactivo
Plaza Capuchinos	San Juan	Av. Principal de San Martín a la altura de la estación de metro Capuchinos	Pública	Espacio no convencional	No aplica	Inactivo
Cine Aquiles Nazoa	San Juan	Planta Baja del Edificio Urdaneta. Calle Puente Nuevo, Avenida Sur 8. Parroquia San Juan	Pública	Sala de cine	Cine, música y teatro	Activo
Plaza Madariaga	El Paraíso	Av. José Antonio Páez	Pública	Espacio no convencional	No aplica	Inactivo
Mansión Villa Hilda	El Paraíso	Av. Ejército, con Callejón Machado, Qta. Mansión Villa Hilda, PB, Local 5, El Paraíso	Privada	Espacio no convencional	Teatro	Ahora es un comercio
Plaza Washington	El Paraíso	Av. José Antonio Páez con Av. Washington	Pública	Espacio no convencional	No aplica	Inactivo
Mansión Villa Zoila (Museo Histórico Militar de La Guardia Nacional de Venezuela)	El Paraíso	Av. José Antonio Páez vía Puente Hierro	Pública	Museo	Exposición histórica	Activo
Parque La Paz	El Paraíso	Parque La Paz, Calle El Parque, Caracas, Distrito Capital	Pública	Espacio no convencional	Música, tertulias y ferias	Activo, uso esporádico
Plaza Agustín Codazzi	La Vega	Segunda Avenida de Montalbán 1, transversal 32.	Privada	Espacio no convencional	Lectura	Activo, uso esporádico

5.1.12 Mapa de espacios culturales activos



MUNICIPIOS Y PARROQUIAS DE CARACAS

Figura 16 Mapa de municipios y parroquias de Caracas modificado con la base de datos.

Fuente: Fonisol. (s.f.). *Municipios y Parroquias de Caracas*. Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de sitio Web de Fonisol: <http://www.fonisol.com/es/venezuela/caracas/mapa-municipios-caracas.htm>

LEYENDA	● Teatro	● Centro cultural	● Biblioteca
	● No convencional	● Sala de cine	○ Museo

5.2 La visión de los expertos

A continuación, se presenta la matriz con las respuestas más relevantes de acuerdo a los distintos tópicos planteados durante cada entrevista, con el fin de contrastar sus opiniones para encontrar puntos en común que sirvan para dilucidar el panorama cultural de la ciudad, así como evaluar propuestas que puedan nutrir las recomendaciones finales de este trabajo de investigación.

Tabla 7 Matriz de respuestas de entrevistas a expertos

Tópicos	María Alejandra Vera	Jannabel Hernández	Héctor Barboza	Carlos Guzmán Cárdenas	Humberto Valdivieso	Juan Carlos Ballesta	Valentina Hidalgo
Importancia de la recreación cultural	"Totalmente. O sea, es básico."	"Es de suma importancia", "ahora creo que es más importante que nunca que tuviéramos esos espacios para poder ir un rato a oír música, a ver una buena obra de teatro a desconectarte de esta realidad que nos agobia y poder tener un momento diferente."	"Por supuesto... es fundamental", "el tema recreacional mantiene a la gente sana de mente y en busca del buen espíritu", "en todos los países del mundo ven a la cultura como un eje fundamental para el crecimiento de las ciudades y de sus ciudadanos"	"La recreación de alguna manera, también es un indicador de calidad de vida. Es decir, imagínate una sociedad que no disfrute de lo que es el ocio.", "Nosotros somos a lo que llaman hombres lúdicos.", "es incluso un indicador de qué tan avanzados estamos como sociedad"	"Sin cultura, no hay libertad. En ese sentido, es importantísimo. O sea, la cultura forma al ser humano, a la civilización, nos forma para la diversidad, nos forma para la democracia; nos forma para el gusto; para las relaciones humanas", "Entonces, es indispensable la cultura como respirar, caminar, cuando esto es apartado o dejado de un lado hay sociedades más abyectas, miserables, más violentas"	"Sí. Evidentemente. No hay ningún país que pueda desarrollarse sin cultura. De hecho ese es uno de mis hashtag y eslogan "Con cultura musical se hace país", "Un país sin cultura no es país."	"Aquí las mayorías no tienen buena educación así que vamos a tener a los peores gobernantes del mundo, mientras la gente sea más educada y nosotros y se logren muchas cosas, tú disminuyes la brecha entre lo cultural y las grandes audiencias. Vas a tener la capacidad de tener una sociedad o una audiencia más capacitada y mucho más consciente de su rol en la sociedad", "es cómo Antonio Esteves me puede cambiar la vida, es cómo Armando Reverón me puede cambiar la vida y cómo puedo sumarme mejor al país en el que vives", "O sea, ¿Cómo José Ignacio Cabrujas puede retratar a Caracas de los años 50 y la censura que había allí y lo que no puede volver a ocurrir y cómo de alguna manera volvió a retratar la idiosincrasia del venezolano?"

Importancia de las actividades culturales	"tienen que tomarse un momento, un tiempo, un presupuesto en esos, esos estados, gobiernos, empresas, familia y hasta la pareja que está recién saliendo para obligarse y regalarse un tiempo de esparcimiento y de entretenimiento"	"Totalmente."	"Por supuesto, muchas veces la gente no puede permitir a qué punto te puede influir a ti la cultura puesto que no es algo que sea muy medible", "medida de que hemos ido evolucionando la cultura ha agarrado valores mucho más fundamentales y contundentes ¿No? Pero siempre los artistas han tenido un valor extraordinario dentro del mundo..." " Porque te enriquece permanentemente, porque no solamente es salir a la calle sino tener la posibilidad de vivir... porque cuando tú vives necesitas mucho más que estar sin hacer nada, más que estudiar y trabajar la vida tiene otros matices."	"Claro que sí.... Bajo el mismo concepto. Se sobre entiende que no solamente se trata de un proceso de aprendizaje sino que de alguna manera estas actividades culturales significan una posibilidad de desarrollo espiritual y de crecimiento, asociado precisamente a actividades recreativas como ir al cine, cuando uno asiste a una obra de teatro, el mismo hecho de leer un libro; que no lo ves como un simple texto escolar, todo lo contrario te disfrutas la lectura como un ejercicios de esparcimiento mental todo eso por supuesto va en beneficio del crecimiento personal y sobretodo en el desarrollo espiritual,"	"¡Eh, sí! Bueno, son importantes porque es la oferta que nos conecta con esa posibilidad de formarnos, de ser libres y de ser una civilización más compleja"	"Sí" "Por supuesto que a la hora de un momento de sobrevivencia, el ser humano siempre va a tender a buscar satisfacer lo más básico que es alimentarse. Eso es lo lógico. Pero el ser humano siempre necesita alternativas para poder nutrirse. Para no vivir en un hueco aislado del mundo."	"No me interesa la parte técnica, me interesa el contenido de esa obra. O sea, el poder que tiene la cultura de sensibilizar a la gente y el teatro aún más, viéndose. Yo misma me he reído muchas veces de cómo el mundo cultural es tan activo y tan soberbio, a veces tan... puede ser muy sensible y luego, creer que tiene a Dios agarrado por la axila y lo he visto en obras que han retratado tantas cosas y que me han movido el piso y más bien ayudemos a ese venezolano que no sabe quién es José Ignacio Cabrujas a enamorarse de José Ignacio Cabrujas"
Oferta de espacios culturales	"Hay escasos dos teatros en la zona, en San Martín y en La Vega, como tal. Y una sola de cine. Tenemos una Concha Acústica en el Parque La Paz que no se usa nunca."	"De lo que conozco, porque a lo mejor desconozco, creo que falta. Si tú te pones a ver yo creo que para el oeste el único teatro por ejemplo que puedo decir es el de San Martín creo que no hay ningún otro espacio cultural para la gente del oeste. Yo creo que lo más cerca que tiene la gente del oeste es del Teresa Carreño para allá"	"A mí me cuesta subdividir a la ciudad en zonas, yo pienso que la ciudad es una sola", "porque también se ha jugado un tema político que lo han manipulado en Pro de eso, entonces, la gente del este no va para el oeste, la del oeste no va para el este porque se ve mal visto. Y la cultura lo que busca es la integración, más bien lo que busca la cultura es romper, es romper esos cánones establecidos de territorio"	"Lo que pasa es que existen los espacios culturales formales, que son muy propios de determinadas actividades... Y quizás no sé, no tengo la estadística que tantos espacios formales existan, pero la calle por sí misma ya es un espacio cultural", "quizá tenemos los espacios culturales, no me parece que sean suficientes y cuando yo lo veo en términos de distribución espacial te vas a dar cuenta de que en el Municipio Libertador hay una mancha cultural que está en unos sitios muy concentrados"	"Para nada no los hay. Este... no es que no haya ninguno, es que no son suficientes. De hecho ni siquiera llega a una representación mínima deseable. La oferta es casi nula. La población en su mayoría está desatendida", "cuando se hace algo completamente para las comunidades que lo hace el gobierno o bien sea la capital, esta es una oferta que viene cargada con unas intenciones distintas a las de la cultura, entonces eso termina por convertirse en publicidad política y no en oferta cultural."		"Decimos que el centro es oeste, es el centro, no es el oeste. Entonces, ya por allí te puedes dar cuenta de cómo el oeste, oeste, oeste, sabes hay espacios formales como la Hacienda La Vega con iniciativas muy loables como la de Cine Jardín, como la de Pasa la Hoja, y bueno en Cine Jardín se veía mucho lo de los Ciclistas del Oeste, se reunían en La Plaza O'leary y de allí se iban en bicicleta hasta La Hacienda la Vega, María Alejandra tiene temas como los Runners del oeste, tienes el Teatro San Martín, que además que es un espacio modelo porque ellos entendieron la"

							importancia de relacionarse con la comunidad"
Oferta de actividades culturales	"No, para nada. Quizás. Hay dos cosas: hay poquitas, Es un tema de que no hay quien haga las actividades."		"Esto aquí ha sido una sobrevivencia, e inclusive muchos puntos que están confiscados de nuevos teatros o reconquistados teatros nuevos, muchas veces la bandera va más política que cultural, por lo cual, es una deficiencia de gestión porque se debería estar por encima de la política la cultura y sus ciudadanos", "usar banderas políticas que utilizando la cultura como fin, eso también ha perjudicado enormemente el avance cultural en nuestra Caracas... pero definitivamente si catalogamos al oeste, como un punto, tiene enormes deficiencias culturales de estructura, de estatus y de actividades."		"La Alcaldía de Caracas, la Mayor, hacen unos eventos culturales, pero es muy aliviado con la lógica de las misiones y de la emergencia. Es decir, ¿qué quiere decir esto? Llegan, montan algo en un sitio, lo hacen en algún momento, eso ocurrió, con eso llenan una estadística y se van, pero no hay espacios culturales permanentes.", "Existen pequeñas ofertas panfletarias, pero es lo que te digo pequeñas ofertas agobiadas por unos problemas muy grandes con un presupuesto pequeño, cuyo impacto es global en un rango bastante cerrado."	"O sea, en Caracas hay actividades gratuitas, al aire libre o en sitios o como mi ejemplo, que es un sitio seguro y yo creo que la gente muchas veces se pone excusas", "pienso que el caraqueño es una persona negada. No diré todo el mundo ni voy a generalizar, pero pienso que un porcentaje notorio está muy cerrado con el problema del día a día, la sobrevivencia. Y eso le ha llevado a tener un componente cultural, de entretenimiento que, a veces es lo mismo, otras veces no. Cada vez más reducido y yo creo que eso es muy negativo."	"Yo siento que la ciudad está bastante fracturada. Yo pienso que una persona que ama la cultura y le gusta vivir la cultura y es seguidor de la cultura, va a buscar a la cultura, donde sea que esté y es mentira, que el mejor teatro sea en La Lagunita", "lo que yo siento, como te decía, los puntos están en el oeste, pero las iniciativas culturales no y ojo, las iniciativas de renombre"
Expectativas sobre el espacio	"Principalmente y por mucho que uno haga actividades, hay un notable falta de seguridad. Acaparar estos espacios que nos pertenecen y quitárselos de alguna manera al hampa"	"Creo que lo que tiene que haber es voluntad. Que tiene que haber todas esas personas que produzcan en estos espacios culturales. Tiene que haber dinero también, necesariamente porque tú tienes que mover a la gente"	"Requiere de un punto urbanístico en el cual pueda ayudar, donde llegue el transporte adecuadamente, donde la gente que tenga vehículo pueda acceder, donde la gente se pueda sentir segura, donde tus alrededores tenga un acceso peatonal y para la gente con discapacidad, esos son fuentes fundamentales para que tú tengas una posibilidad más amplia de ese acceso"	"Yo lo que espero de un espacio cultural es que sea un espacio que te genere creatividad, es decir que el espacio te permita que la persona que va ese espacio pueda desarrollar todas sus potenciales creativas", "o me interesa espacios museo. Es decir esa persona que acude a sitios a espacios culturales y entonces cae en una actividad extremadamente contemplativa", "no es un espacio cerrado, permite la interacción, el acercamiento con el otro y con la obra"	"El espacio físico implica una infraestructura que está promovida desde el Estado, no hay otra. Es muy costosa", luego está la infraestructura conceptual, y cuando uno dice redes es que las pocas instituciones que hay, se comuniquen entre sí".	"Todos los temas técnicos son los que te aseguran principalmente cuando tú vas"	"Primero calidad, calidad en recurso humano capacitado y especializado", "Segundo, relacionarse con la comunidad. Tercero, importante promoción que consta de tres partes o cuatro: La parte de publicidad, que no necesariamente es la publicidad entendida como tradicional con vallas, ahorita hay nuevas herramientas de publicidad, creativas para generar un mayor impacto. Por otro lado, prensa tradicional que no deja de ser importante. Redes

							sociales, importantísimo y que internamente tú comuniqués a tu propio equipo de todo lo que ocurre en un evento cultural y por último buscar medios alternativos, sobre todo en Venezuela: radios, televisoras comunitarias”
Expectativas sobre actividades culturales	“Te deje algo en esencia la cultura, el entretenimiento, tiene que dejarle a la gente algo, un pequeño aprendizaje. Eh, no es nada más entretenerse por entretenernos”		“En otros países del mundo, hay un desarrollo de planificación alrededor de la cultura, recuerda que la cultura es un motor importante de la ciudad y le da vida a la ciudad y da comunidad”	“Una actividad cultural te genera un desarrollo de capital cultural y está asociado con conceptos que te generan asociación, pertinencia, sentido, particularidad en términos de territorialidad.”	“Debe ser lo más amplia y abundante que se pueda. Una sociedad sin oferta cultural es una sociedad cercenada donde hay muy poca libertad.”	“Bueno, a mí como espectador requiero para que un espectáculo sea serio, recomendable, más allá de si te gusta la música o el espectáculo, que es la rigurosidad y el trabajo.”	“Tumbar las fronteras culturales”, “lo importante es educar, es el acceso a la información”,
Acceso	“La zona del oeste tiene facilidades de transporte que no toda Caracas lo tiene”, “incluso tenemos donde estacionar, donde guardar los carros en centros comerciales.”	“O sea, yo creo que una de las limitaciones que podemos tener en el oeste de eventos grandes es que la gente quiera venir para el oeste”, “además de horarios adecuados, tiempo adecuado, creo que si se pusieran a pensar un poco más en eso quizás este pero eso es a nivel de aquí a nivel de la universidad, a nivel de todo”.	“Algunos sí, otros no, y otros que realmente nada qué ver. O sea, otros que no tienen ningún tipo de planificación urbana ni urbanística para que eso tengan un acceso”, “si se hace un análisis verdaderamente por territorio al cuadrado o por metros cuadrados o habitantes no hay la suficiencia teatral ni espacios culturales que puedan ser apropiados para los ciudadanos, incluso podrías decirse que hay una deficiencia demográfica inclusive”	“Lo aprendí yo porque lo dijo Jesús Martín Barbero, él dijo que “Para visualizar el impacto de una política cultural había que ver a la ciudad porque la misma ciudad de por sí ya es un mismo hecho cultural, que tenemos una ciudad que es de tránsito”. Todo lo hacemos alrededor de una autopista, de las vías y la ciudad se ha hecho poco accesible en términos de recorrerla, caminarla... si yo no tengo esas posibilidades, difícilmente yo puedo reconocer esos espacios”	“El sentido de la ineficiencia y la incapacidad de llegar, obviamente se debe a toda esta logística y de infraestructura paupérrima que hay porque bien sea un espacio público o privado, no tiene desarrollada la información necesaria para que la gente llegue, no cuentan con infraestructuras indispensables para atender a altos volúmenes de personas.”	“Yo te diría que la gran mayoría no son accesibles.”, “Hay muchos lugares que están allí como inertes, y yo creo que en términos generales el transporte en Caracas es malo y los fines de semana es peor”.	“La verdad es que puedes llegar en Metro... para llegar a la hacienda la vega... esas rutas si no están enmarcadas dentro de un evento quedan como por fuera y la verdad una ciudad desarrolla su actividad cultural no es por evento, creo que la actividad cultural es permanente y esos espacios que tienen que son una joya”

Horarios	"Yo creo que las actividades culturales no deberían tener horarios", "cada actividad tiene su horario, lo que creo es que la ciudad no nos permite todos los horarios-	"Los horarios también van con el tema seguridad aunque, hoy en día, no hay tema horario para la seguridad, o sea, no hay seguridad en ningún momento, pero sí", "Necesariamente si haces un evento en día de semana tu tiempo debe ser después de las cinco"	"Los horarios influyen en la medida de que la seguridad se vaya apoderando más de los espacios... hemos visto que una Caracas hoy por hoy, se está reduciendo en la noche", "Al tú ir reduciendo esos espacios, también te vas acobardando y vas reduciendo los puntos de los horarios hasta en el punto en el que salir de noche en una Caracas tan colapsada y tan peligrosa empieza a perjudicar inclusive a las acciones culturales"	"Siento y percibo que la gente no está usando estos espacios. Si no que se han recogido más bien en sus casas por el tema no solo de la movilidad sino el tema de la inseguridad-	-	"Caracas es una ciudad hostil porque está el tema de la inseguridad, entonces dices "Conchale, un sábado en la noche ¿Después cómo regreso para la casa?", "tú no puedes hacer un concierto entre semana a las 6:00 p.m porque nadie va a ir porque a las seis de la tarde la gente está saliendo de su trabajo, pero de qué quisieran, estoy seguro de que quieren. De hecho, los horarios han bajado"	-
Comunicación y promoción	"Me di cuenta que hay una falta de actividades culturales porque los medios de comunicación son una hermosura y nos sacan cuanta cosa yo organizo, los medios lo publican", "los vecinos nos ayudan mucho. Yo les pido a ellos que hagan las publicaciones en la cartelera de los edificios Nosotros lo hacemos vía redes sociales, boletín y nota de prensa."	"Yo creo que debería haber y para allá creo que vamos bueno en Antimano hay alguna casa de la cultura o algo cultural en La Vega. Generalmente en esos barrios siempre hay una casa de la cultura que debería haber comunicaciones:"	"La ciudad tiene muchas complejidades y una de esas es, la complejidad de la propia información", "hay muchas fallas de gerencia cultural... que obviamente eso es un tema de mucho dominio, pero muchas de esas fallas no son porque no sean deficiencias sino que quizás tienen otra imposibilidades económicas, no tienen las fuentes adecuadas, el apoyo requerido."	"tú puedes cambiar de programación y de espacio, para mí el problema básico es el de la apropiación", "por eso te digo es una labor más de promoción, de animación incluso para los propios espacios institucionalizados"	"No, (los espacios) no tienen desarrollada la información necesaria para que la gente llegue"		"Hay grave falta en las comunicaciones de los jefes gubernamentales sobre todo en Caracas, son muy buenos publicitando sus cosas, pero por ejemplo en materia de convocatoria de medios, la gente del Municipio Libertador tiende a leer El Nacional, pero la alcaldía de Caracas desde hace siglos está peleada con El Nacional, entonces, no convocan al Nacional para que cubran eso. Por otra parte, El Nacional que también se ha parcializado muchísimo deja de cubrir las cosas del Municipio Libertador. Por eso te digo, aquí, la falta de comunicación, por un tema país, se deben romper esas fronteras"
Políticas culturales parroquiales	"En realidad, no hay un movimiento cultural", "Libertador como alcaldía es demasiado grande y debería	"Un poco más de tiempo para la planificación de visualizarlo y el dinero para poder hacerlo y concretarlo. Además tienes que tener un gestor	"Aquí no hay ningún tipo de estrategia, está clarísimo. Bueno, parroquial y central. Yo creo que las alcaldías en su propio contexto, hacen más de lo que pueden hacer, muchas	"Estamos hablando de un Municipio que ha abandonado eso... ¿Cómo se sabe? ¿Cómo se intuye? Bueno, uno simplemente ve cuál es la política cultural que tiene el Municipio Libertador para la ciudad de	"La Alcaldía de Caracas, la Mayor, hacen unos eventos culturales, pero es muy aliviado con la lógica de las misiones y de la emergencia", "lleen una estadística y se van, pero no hay espacios culturales permanentes", "yo pienso que	"Yo creo que la gestión cultural, en términos generales en Venezuela va muy mal", "Municipio Libertador es un municipio muy heterogéneo, tiene muchas barriadas, muchos problemas y la gestión	"Los que deben estar a cargo de todas esas políticas o detrás de ellas son los gestores culturales. Ese es el deber ser. Ahora, la actividad cultural la marcan los gestores

	picarse en otra cantidad de alcaldías más”, “cuando la alcaldía que corresponde hacer una actividad cultural, pues, bueno, se enfocan más quizá al centro de la ciudad o a hacer otro tipo de actividades.”	cultural que se encargue de hacer esa planificación... eso no va a salir por generación espontánea”	veces siento eso. Creo que el tema cultural debe ser más centrado, acá debería de haber un ente que maneje una organización de cada uno de los municipios el desarrollo cultural”, “no hay un beneficio o una inyección presupuestaria central que lo tome como una política de desarrollo”, “si tú generas puntos estratégicos y puntos de cultura importantes, tú podrías hacer una movilización mucho más activa y además, generar una interacción mucho más cercana con nuevas comunidades...”	Caracas”, “yo me atrevería a decir con conocimiento que no hay para el suroeste ni para el sureste. Estoy seguro”, “mi percepción es que los espacios culturales, que se han desarrollado, son espacios alternativos donde se desarrolla la cultura”	es por ineficiencia, por falta de cultura y por falta de una política cultural deficiente”. “Lo que pasa es que frente a la emergencia nacional, la mayoría de los recursos se van a atender problemas sociales y no culturales”	cultural ha sido espasmódica”, “ el Alcalde del Municipio Libertador es un activista político antes que alcalde”, “ si tú recuperas para hacer activismo político, no sirve, no está sirviendo a la ciudadanía”.	culturales, los productores y los artistas”, “hay una gran falla general y los municipios están muy desconectados. Si ya las alcaldías en materia de vialidad, están desconectadas te podrás imaginar cómo es el tema de conexión”
Expectativas sobre políticas culturales	“Si la gente conociera que es ley que el gobierno estableciera actividades de cultura, pues, a lo mejor las exigiría en, en el primer nivel que a lo mejor es el consejo comunal, en el segundo nivel que es el de la alcaldía y así por el estilo. Pero lo primero que yo pienso que hay que hacer es como darla a conocer”	“El día en que empecemos a darle la importancia real a lo que la cultura, la gestión cultural podrían hacer, nos podría hacer como país, como seres humanos, como entes, las cosas van a empezar a funcionar mucho mejor”	“La cultura puede generar un efecto hasta dónde tú le puedes pedir a la cultura. La cultura no hace magia, la cultura tiene un valor y una responsabilidad, a partir de allí para abajo también hay una responsabilidad del estado”, “generando nuevos espacios y nuevas estructuras en lo que es el mapa ciudad. Y, sobre todo, lo que es darle el respeto real a la cultura, mucho más de lo que allí se puede apreciar”	“Entender lo que es la dinámica de la ciudad y entender lo que es la dinámica de estas parroquias, que son parroquias altamente concentradas, urbanizadas totalmente”, Elementos como el concepto de paisaje, hábitat, conceptos como lo que tiene que ver con la proximidad y acercamiento. Es decir, una política cultural tiene que empezar a manejarse en ese contexto”.		“Que sea inclusiva y no sectaria, y por supuesto hacer convenios con otros países de todo tipo, que hayan intercambios culturales hay que involucrar a mucha gente, Embajadas, líneas aéreas, hoteles. O sea, que se haga un verdadero movimiento cultural.”	“es importante que grandes figuras den herramientas para ganar años en trabajo. Y además es una educación inclusiva”
Propuestas culturales	“justamente tuve la oportunidad de que la Asamblea nos hiciera invitación para conocer incluso la nueva ley que fue promulgada incluso hace	“Hay mucho que hacer todavía, hay mucho camino por recorrer y más trabajo creo que además es un momento en que hay que abrir mucho más”, “por eso pienso que la universidad	“Tiene que haber un trabajo de gestión cultural menos político... porque la cultura es un cuaderno en blanco donde todos cabemos y podemos escribir allí y entendernos... pensar que la cultura va más allá de la intención	“¿Dónde se está desarrollando la movida cultural? ¿En qué espacios culturales se está desarrollando? Entonces, te vas a dar cuenta de que son espacios distintos a los tradicionales”, “un espacio cultural no necesita plantearse el tema creación	“Yo propondría convocatorias en función de productos determinados y la posibilidad de ver qué alianzas se pueden establecer en función de propuestas de investigación y de oferta cultural en conjunto.” una de las ventajas de la crisis es que nos ha puesto a salir de la comodidad de tener que	“Eso tiene que estar manejado por gente que sabe”, “y dentro de la gente que sabe, gente que no sea un segregacionista ni un conservador. Gente que de verdad sea abierta de mente y que le de manifestaciones culturales, que son muchas”, “que se empiece por la base,	“Yo invertiría en la formación de gestores culturales, en la formación de productores y cada productor tiene su especialidad”, “Venezuela como potencia cultural necesita unos

<p>tiempo", "ese es un paso, que la gente la conozca, conozca el tema de cuál es la política, en qué consiste la regla o la ley a nivel de cultura para que en todos los aspectos la gente la conozca", "creo que en este momento tan complicado del país, todo el mundo debe aportar un poco más. Y para mí ese es el poco más que estoy aportando"</p>	<p>podría ser un buen espacio."</p>	<p>política, la misma tiene una intención ciudadana", "hay que hacer una planificación general estudiando un mapa demográfico de lo que es Caracas y buscar cuáles son los puntos donde mayor necesidad requieren algunos municipios", "hay un tema de ciudad y país que es seguridad, creo yo que si ese tema no se contrarresta y no le damos a la gente la seguridad de poder transitar con mayor relajación o tranquilidad al ciudadano de poder salir, obviamente, vamos a tener una restricción a nivel cultural."</p>	<p>de infraestructura. Lo que debe plantearse más bien es de poner en valor esos espacios que ya existen"</p>	<p>preguntarnos otras cosas. Bueno "¿No se puede hacer alianza con ellos? Contar con el estado. "¿Qué tal si nos encontramos con otro a través de esta vía?"</p>	<p>es decir, igual con la Ley Resorte que empezó por las pirámides. 50% de música venezolana, no importa si es buena o mala, si hay o no hay", "vamos a poner una infraestructura para que pueda crearse un movimiento musical, no importa el estilo. Igual en gestión cultural, hay que crear lugares para ensayar, lugares para que los músicos, los de teatro, los de danza puedan ensayar sin que te exijan que debes ser rojo rojito, amarillo, verde". ". Hace falta gente que sepa, que tenga dinero, hace falta convencer a la empresa privada que está golpeada que ellos también se hace una gestión cultural para todos"</p>	<p>interlocutores y esos interlocutores son gestores culturales y aquí en Venezuela ese rol no está definido y el mismo estado no entiendo lo que hacen",</p>
--	-------------------------------------	--	---	--	---	---

La consulta a expertos, desde distintas trincheras del quehacer artístico, gerencial y creativo, puede contribuir a dilucidar una aproximación al “estado actual” de la cultura en el oeste del Municipio Libertador, según los puntos en común encontrados en cada tópico.

a) Al César lo que es del César: hay que educar gestores culturales

La principal necesidad observada por los expertos se centra en la falta de gestores culturales al frente de los espacios, de las iniciativas e, incluso, del desarrollo de políticas culturales. Ballesta resume esta idea en una frase “eso tiene que estar manejado por gente que sabe”. El desafío detrás de esta idea radica en que la cultura no es un tema prioritario en las agendas públicas, ni siquiera en una escala comunitaria. Y, por ende, no se invierte ni se piensa en la necesidad de formar e invertir en educación para los distintos oficios que involucran a la industria cultural, a pesar de los loables intentos de organismos públicos como FUNDARTE o la consolidación de un organismo central (un ministerio) para la cultura, la oferta académica para aprender y profundizar conocimientos y prácticas como gestores culturales, productores de eventos y expertos de marketing cultural sigue siendo informal e inconstante.

“Los artistas no tienen por qué ser gerentes culturales”, señala Hidalgo ante la problemática de que Caracas y, en especial, el Municipio Libertador, debe impulsarse a través de una red de gestores culturales que diseñen estrategias que impulsen iniciativas de tipo cultural en nichos y espacios específicos. En un país donde la crisis y la supervivencia parece ser el centro de interés, las políticas se formulan desde la calle, construyendo espacios simbólicos codo a codo junto a otros agentes culturales. He ahí donde entra el concepto de “redes” que Valdivieso e Hidalgo manejan y promueven desde su trabajo. O la movilización ciudadana que Barboza destaca de otras grandes ciudades del mundo, con el fin de promover una interacción más cercana y real con los entornos alrededor de los “puntos culturales” que se crean.

Es por ello que iniciativas como las de la Fundación CineJardín comienzan a ganarse el respeto y la admiración de los gestores culturales, incluso cuando María Alejandra Vera no es gestora cultural de profesión, sino una vecina inconforme ante la falta de oferta cultural cerca de su casa.

Para los expertos, los gestores culturales son los visionarios, aquellos que pueden tomar las riendas, evaluar las deficiencias, entender los nichos y transformar (o crear) una movida cultural en distintos puntos de la ciudad. Una política, por sí sola, no tiene la fuerza para equilibrar la balanza, de forma estratégica, hasta crear intercambios culturales inclusivos entre gobierno, empresa privada y hasta agentes culturales internacionales, pensando en términos de accesibilidad, gusto y promoción de la información de acuerdo a la territorialidad y el perfil del consumidor del caraqueño.

b) Caracas no es este u oeste: es una sola

La sub-división territorial de una ciudad tan compleja como Caracas, para los expertos, se ha convertido en un estigma, un canon e, incluso, un prejuicio que sustrae a la población. Un estigma que incluso ha sido usado con banderas políticas para agudizar la polarización en una ciudad que sí es desigual, pero no por razones geográficas; de hecho, sus desigualdades confluyen dentro de sus mismas parroquias, como ejemplifica Ballesta. En este sentido, Hidalgo y Barboza acentúan el poder integrador de la cultura, capaz de “romper fronteras” y desmitificar ideas tan arraigadas en el imaginario colectivo como “los del este no van para el oeste”, lo cual aporta muy poco en materia de identidad y diversidad cultural.

Los expertos manifiestan una preocupación notable por impulsar un movimiento cultural central en Caracas que se nutra de los distintos espacios institucionalizados y de los espacios creados por “apropiación”, como señala Guzmán Cárdenas al hablar de la calle, del metro, los mercados y otros espacios tradicionalmente comerciales como espacios para la cultura.

Uno de los desafíos de mostrar a Caracas como una sola radica en el factor político: al tener alcaldes que promuevan el activismo político y el aislamiento, por motivos ideológicos, imposibilita a los agentes culturales de crear una red integrada de apoyo e intercambio de oferta cultural. Es por ello que las desigualdades se acentúan y se habla de políticas e iniciativas aisladas y segregadas por toda la ciudad (e, incluso, en un mismo municipio).

En cuanto al Municipio Libertador, existe una postura que plantea que el municipio es demasiado grande para la gobernanza y eso representa una dificultad importante a la hora de desarrollar políticas y planes de acción. Vera, por ejemplo, trae esa idea a colación mientras evalúa la “mancha cultural” (en términos de Guzmán Cárdenas) que se concentra en el centro, en el Casco Histórico de Caracas, donde confluyen distintos espacios culturales institucionalizados hasta la avenida Morelos (eje de Bellas Artes). El resto de espacios del municipio, al no estar enmarcados en ejes protagónicos de cultura, se lanza a una especie de oscurantismo de la movida, la movida más “underground”.

Esto se evidencia durante los festivales que promueve la Alcaldía Libertador, tales como el Festival de Teatro de Caracas, que se diseña para los espacios y las plazas circundantes al eje central, para los espacios recuperados por FUNDARTE en varios sectores y el Teatro San Martín, administrado por una fundación; anulando, de esta manera, el espacio público de parroquias más fronterizas, al sector privado y a otros municipios que también integran la Gran Caracas. Sin embargo, iniciativas ciudadanas como Caracas Combo, un festival de activismo cultural hecho por ciudadanos para celebrar el aniversario de Caracas, sí son planificadas en varios puntos de acción cultural en la mayoría de parroquias de la ciudad, al mismo tiempo (Esta iniciativa también es liderada por María Alejandra Vera).

c) La promoción y la programación son cruciales

Ante ese panorama del estado de la cultura, los expertos sugieren que el foco no debería estar en las infraestructuras institucionalizadas en el oeste de Caracas, a pesar de que todos consideran que no son suficientes al contrastarla con el número de habitantes. Sería quedarse en un aspecto muy superficial y poco pragmático, porque tal y como señala Valdivieso “el espacio físico implica una infraestructura que está promovida desde el Estado, no hay otra. Es muy costosa”.

El cuestionamiento está en cómo atender a esa población desatendida del oeste de Caracas: promoción y programación parecen ser las dos claves de la solución.

Primero, proponen plantearse una inversión en mercadeo cultural con campañas integradas de promoción de las actividades, iniciativas y espacios que ya existen con la intención de informar a los públicos más próximos a esos espacios. Por ejemplo, como pretende hacer Hernández desde Cultura UCAB o incentiva Hidalgo desde su experiencia y su trabajo con la empresa Telefónica. Otra de las fronteras que hay que superar es la de creer que la cultura no necesita del mercadeo o que esta la vulnera, tal y como se estigmatizaba al término “marketing cultural” en sus inicios. Esta inyección en promoción debería tener dos fines: masificar la oferta cultural hacia los vecinos y extender la mano para impulsar un reencuentro, un impulso hacia la consolidación de una red cultural en la zona.

Segundo, los expertos consideran que también es importante garantizar una revisión de la programación ofrecida en los espacios culturales: evaluar la oferta, en términos de pertinencia, calidad y valores promovidos, alejando tintes políticos y segregacionistas, producciones que no estén bien trabajadas o con contenidos que quizá no interesen ni envuelvan realmente a los vecinos de las parroquias del oeste. Hidalgo propone que hay que ver hacia dentro de la parroquia, evaluar sus ventajas y todo lo positivo que pueda haber en ella,

como los artistas y espacios de formación que tenga para crear espacios para que ellos también se desarrollen y crezcan; como los festivales de ska que se promueven en Caricuao, la cual es considerada una parroquia por excelencia para este género de música.

d) Respeto al fin de la cultura

Los expertos coinciden en que la oferta y, por ende, su difusión debe desligarse de cualquier otro fin que no sea el fin cultural, porque eso genera vicios que pueden tener consecuencias importantes.

La cultura, según los expertos, es un indicador determinante para la calidad de vida de las personas y, por ende, de desarrollo de la sociedad. Su poder transformador tiene un campo de influencia que va desde lo micro hasta lo macro: su capacidad de cambiar la vida de alguien en un momento determinado, de cambiar sus creencias, ampliar sus perspectivas o guiar sus decisiones de vida; la posibilidad de educar a un grupo de personas en el uso de su tiempo de ocio, para motivarlas a sobrellevar el día a día, liberar estrés o “regalarse un tiempo de esparcimiento” y/o de escape; nutrir las formas de pensar y actuar en la sociedad; hasta influir en otros derechos de gran trascendencias en el desarrollo de la humanidad, como la libertad, la democracia, la educación integral y hasta la salud pública.

En la medida en que se cree una oferta más diversa, constante y amplia, más personas pueden conectarse con algún fragmento de esa oferta cultural y transformar sus vidas y entornos. Ofrecer espacios o contenidos culturales orientados desde una iniciativa excluyente, arrogante o soberbia afecta al público que busca acceder a la misma. Al pensar en el valor educativo de la cultura, es posible discernir el impacto que puede tener un contenido mal orientado en un niño o un adolescente (un público más vulnerable, por ejemplo). Por ello, hoy más que nunca, el ciclo cultural debe respetarse y estimularse con el fin de promover valores cónsonos con el desarrollo social: identidad, diversidad e inclusión.

5.3 *La visión de los vecinos*

a) Perfil del consumidor: ocupados y tecnológicos

En general, los vecinos del oeste de Caracas son personas muy ocupadas entre su trabajo, sus estudios y las actividades en casa. La mayoría confesó usar actividades o prácticas culturales como una forma de pasar el tiempo libre, distraerse, salir de la rutina, liberarse de tanto estrés y aprender. Consumen, principalmente, contenidos a través de Internet y medios masivos (TV o radio); de hecho, el Internet y las redes sociales son formas de mantenerse entretenido e informado, es el canal más usado al momento de buscar información o referencias sobre actividades y espacios culturales. La edad no representa una barrera determinante ante el uso de estos canales tecnológicos, de hecho, todas las personas mayores de 50 años que participaron manifestaron tener y usar frecuentemente las redes sociales.

Consideran que la recreación cultural y el derecho a la cultura son importantes para su vida diaria, aunque se inclinan por no invertir mucho de su presupuesto en actividades culturales (con excepción de los artistas). Su acercamiento más frecuente a la cultura se reduce a un consumo pasivo diario de productos culturales tales como música, libros, contenido multimedia, etc., a pesar de que sus principales actividades culturales favoritas giren en torno a manifestaciones artísticas en vivo tales como teatro, conciertos y ferias. La mayoría es capaz de sustituir la visita a espacios culturales con dichos productos u otras actividades de entretenimiento que no necesariamente implican un fin cultural.

No planifican ni evalúan de manera consciente su gasto cultural (ni en productos, ni en servicios culturales), invierten de forma emocional y de acuerdo a otras dinámicas que requieren de mayor improvisación (como darse un gusto o regalo, compartir con seres queridos y liberar estrés). Esta conducta de improvisación (mientras “vaya viniendo vamos viendo”) puede tener dos orígenes: información poco accesible y la supervivencia en un

ambiente de tantos cambios económicos (alza de precios, inflación, escasez de productos, etc.).

Son muy sociales, les gusta compartir con amigos y familiares, especialmente en grupos pequeños. Salir, para ellos, implica “tomarse un tiempo” que normalmente incluye una reunión antes o después de la actividad para conversar, tomar café, comer o “seguir extendiendo ese ratito de compartir”. La mayoría se maneja bien en transporte público, aunque suelen preferir salir en carro, por comodidad y seguridad, especialmente si se trata de que te den “la cola”.

b) El principal problema: desconocimiento

La mayoría valora de manera crítica el lugar dónde viven. Las deficiencias del espacio público representan una barrera para que ellos puedan pasar tiempo en una plaza o asistir a una actividad cultural. Sin embargo, los vecinos son capaces de reconocer solo algunos de los espacios que están muy cerca de su casa, así como aquellos parques, plazas y grandes edificaciones comerciales, educativas y deportivas que estén “en la vía”, a pesar de que la mayoría de los espacios culturales de las parroquias El Paraíso, San Juan y La Vega tienen más de 10 años operando ininterrumpidamente dentro de sus urbanizaciones.

En la mayoría de los casos, los vecinos no habían frecuentado previamente los espacios para un fin cultural y se remitían a experiencias previas en espacios transversales como los complejos deportivos como el Estadio Brígido Iriarte, el IND, Parque Las Naciones Unidas y, principalmente, el Parque Zoológico El Pinar. Así como espacios no convencionales como los espacios abiertos de la UCAB y la Hacienda La Vega.

En el caso de las universidades, la mayoría reconoció el papel cultural de la UCAB (por conocimiento previo con estudiantes), mas no solían verlo como un espacio al que comúnmente asistirían para ver actividades culturales.

En el caso de la UPEL, los vecinos apenas reconocieron la oferta de su biblioteca ni la de sus espacios.

En el caso del Teatro San Martín, uno de los espacios con mayor reconocimiento por parte de los vecinos, se identificó que la mayoría de vecinos no lo ha visitado, ni se enteran de su programación permanente; incluso los vecinos de la parroquia San Juan, al no vivir cerca de la zona de Artigas, alegan no conocer nada sobre la programación; algunos de los que sí habían visitado el espacio tuvieron valoraciones como “falta de promoción”, “espacio underground”, “publicidad poco atractiva”, “es una suerte que la programación te guste”.

La opinión común es que no hay suficientes políticas culturales parroquiales. Mientras que algunos vecinos aseguran que sí reconocen las políticas a favor del deporte, desconocen lo que se hace por la recreación artístico-cultural. Asimismo, los vecinos sugirieron políticas públicas orientadas a la recuperación de las plazas y de la Casa de la Cultura en San Martín, quienes las vecinas de San Juan recuerdan de manera grata. Y se reconoció el papel de las iglesias, con sus ofertas culturales para su comunidad de feligreses, y de los colegios de la zona, que abren las actividades artístico-culturales que desarrollan en sus planteles a la comunidad de padres y vecinos.

c) Inseguridad, economía y accesibilidad: las mayores preocupaciones de los vecinos

Según sus estilos de vida, la participación de los vecinos en el ciclo cultural, también se ve limitada por distintas razones tales como: inseguridad, falta de tiempo, incomunicación, presupuesto insuficiente, inconformidad con el espacio público (cerca de su zona, especialmente), problemas de acceso y de transporte. Aunque la inseguridad parece ser el problema más fácil de identificar, seguido por las preocupaciones presupuestarias, la mayoría mostró gran apertura ante la idea “si algo me gusta mucho, tomo el riesgo y voy

adónde sea” o “si me interesa, pago lo que sea”; esta mentalidad perdía fuerza cuando se trataba de personas mayores sin posibilidades de transporte y estudiantes que dependen del transporte público.

No obstante, sí consideran que la inversión en seguridad es una medida prioritaria dentro de su parroquia, dado que la mayoría identificó problemas como la falta de iluminación, falta de vigilancia, ineficiencia del transporte público, descuido del espacio público y cambiar los horarios hacia la tarde (y reducir los nocturnos). Los vecinos de El Paraíso se enfocaron en la necesidad de recuperar las plazas con iluminación y programación constante para motivar la movida cultural; mientras que los vecinos de San Juan detectaron como problemas principales la falta de programación en sus espacios y de promoción tradicional en su principal arteria vial: la Avenida San Martín; en la parroquia La Vega, los vecinos ponen énfasis en la mejora del acceso desde sus casas a los espacios culturales, dado que el transporte público es muy limitado para zonas como La Vega y Montalbán.

Al consultarles sobre sus experiencias previas en espacios culturales, las principales críticas giraron en torno a la inseguridad al salir del espacio, la programación escasa y/o inconstante, las condiciones técnicas del espacio (especialmente en el Parque Zoológico El Pinar), la pérdida de valores en la atención al público, el mal uso de canales de promoción y comunicación, imposibilidad de conseguir alimentos y bebidas, imposibilidad de espacios de esparcimiento cercanos al espacio, entre otros. En general, los vecinos no padecen grandes molestias con inaccesibilidad por falta de transporte público, el problema del acceso no responde estrictamente a una movilización física, a menos que se trate de vecinos de otros municipios. Se reconoce facilidad para desplazarse a pie, vehículo, autobuses, metrobús y metro (en el caso de la parroquia San Juan). Sin embargo, los vecinos de la parroquia La Vega (particularmente, de las urbanizaciones de Montalbán) no se sienten tan cómodos con sus opciones de transporte, ya que deben caminar varias calles

para llegar hasta sus casas y esto repercute en su decisión de llegar a casa después de las 6:00 pm.

d) El imaginario: ¡ser como Chacao!

Dentro del imaginario colectivo de los vecinos del oeste, hay dos tendencias fuertes: aspirar a que su parroquia se parezca más al municipio Chacao y anhelar lo que se hacía en el pasado.

Los vecinos coincidían, de manera unánime, en la idea de frecuentar los espacios y actividades culturales que se realizan en el municipio Chacao, incluyendo aquellos espacios privados que operan en ese territorio. Tienen la idea de que, aunque en todos lados haya inseguridad, en Chacao es posible desarrollar una vida nocturna o “salir a comer después” de una actividad cultural. Aunque todos coincidían también en que era molesto tener que salir tan lejos para disfrutar de un espectáculo. Chacao es, en materia de políticas culturales locales, una referencia positiva e importante para ellos.

El anhelo al pasado es una característica común de los vecinos, incluso de los más jóvenes, quienes escuchan y conocen historias de la Caracas de antaño que quisieran haber vivido. Al pensar en una parroquia ideal, los vecinos se centran en los problemas puntuales que padecen las calles, con un dejo de nostalgia: una parroquia más limpia, cuidada, segura y con actividad cultural es el denominador común.

e) Los vecinos también proponen

Los vecinos, durante los grupos focales, se mostraban muy dispuestos a plantear propuestas y posibles soluciones a los problemas y limitaciones observadas. Estas propuestas se inclinaban, principalmente, a hacer mayor promoción y difusión de las iniciativas culturales promovidas en su parroquia. Consideraron que la responsabilidad no es simplemente del Estado (con políticas centrales), ni de los gerentes culturales de la zona, sino también del activismo ciudadano, la empresa privada y hasta los colegios, tanto para asistir

a los espacios, crear proyectos como para cuidarlos. En general, los vecinos se mostraron abiertos a conocer la oferta en espacios desconocidos para ellos con una actitud de curiosidad, más que de rechazo. Hablaron de la importancia que era educar en valores ciudadanos, invertir en vialidad peatonal y atención al público, incluso antes que en infraestructura. También varios señalaron la importancia de apoyar a los que promueven cultura, impulsar proyectos de formación cultural, mejorar la accesibilidad a ese aspecto educativo, especialmente en zonas de bajos recursos y alto índice de violencia y problemas sociales. La mayoría cree que la cultura es importante y poderosa.

Los vecinos de San Juan y El Paraíso propusieron masificar la promoción de actividades culturales a través de métodos tradicionales como pancartas en las avenidas, carteles en las calles y volanteo en zonas específicas; por ejemplo, repartir folletos en los edificios que viven cerca del Parque La Paz. Otros plantearon la posibilidad de usar la cartelera de los edificios o la figura de la junta de condominio para informar a otros de las actividades. También se comentó la importancia de ofrecer información en el espacio (especialmente, en el caso de la Hacienda La Vega) y mostrar, de forma creativa, la programación para aquellos que transitan cerca del espacio (tal y como lo hace el Teatro San Martín).

La mayoría coincidió en que las plazas tienen potencial para albergar una oferta cultural económica, siempre y cuando se invierta en mejorar sus espacios y que las actividades se hagan de forma regular, orientada a varios públicos (por ejemplo, familiar). Otros vecinos señalaron el uso de espacios abiertos de centros comerciales u otros negocios (panaderías) y propusieron que los colegios y universidades se unieran a iniciativas culturales de calle. Aunque si puntualizaron la importancia de que estos espacios ofrezcan actividades que sean interesantes para ellos.

Palabras como “seguridad”, “difusión”, “más”, “conocer”, “hacer”, “intervenir”, “invertir”, “poner en contacto”, “vincular”, “recuperar”, “variedad”, “menos clandestina”, “participación”, “movimiento cultural” y “pensar en el

gusto” engranan, de uno u otro modo, el mapa de palabras más importantes en las propuestas planteadas por los vecinos ante los espacios culturales y las actividades promovidas.

5.3.1 Grupo focal A – Parroquia El Paraíso

Tabla 8 Matriz de respuestas del grupo focal A (El Paraíso)

Tópicos	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Edad	21	22	26	21	21	23	27	58	58
Ocupación	Estudiante de Comunicación Social. Actor	Estudiante de Medicina	Abogada	Beca-Trabajo. Estudiante de Contaduría	Actor	Estudiante de Enfermería	Psicóloga	Bancaria	Sastre y músico
Actividad cultural favorita	Teatro	Conciertos al aire libre	Teatro y ver anime	Teatro y conciertos	Teatro y gastronomía	Teatro y música	Música	Teatro, cine y lectura	Música y teatro
Hábitos diarios y tiempo libre	“Entre estudiar y trabajar dependiendo de los horarios de la universidad y ensayar en las tardes o hacer talleres, algo así. Y en las noches ver TV y dormir.” “Cuando leo, leo en el metro”, últimamente no quiero salir de mi casa, si salgo es porque me invitan”, “soy actor”	“Estudiar. Y si tengo guardia, guardia.” “los viernes intento distraerme con algo diferente además de escuchar música y ver series (que me encanta ver series), he ido al IND a escalar”, “cuando tengo chance me gusta tocar, me gusta escribir o me inscribo en cualquier cosa.”	“De lunes a viernes es una lucha contrarreloj”, “Tribunales, inspectorías, en la calle, luchando con la gente y con el tráfico, luego vuelvo a la oficina de 11 a 6 de la tarde. Un día difícil puede ser hasta las 8-9”, “Los sábados hacer el mercado, claro, todo lo que no puedo hacer durante la semana. Y los domingos que no quiero hacer absolutamente nada”, “Me da muchísima flojera irme a Chacao, Altamira, para bueno, hacer algo”, “porque aquí no tenemos nada”, “me gusta	“Voy a la universidad, hago mi beca que es de 1 a 5 de la tarde. Y luego voy a clases a las 6, salgo lo más tarde como a las 10 de la noche. Llego a mi casa, como, duermo un ratico, vuelvo a estudiar y me duermo”, “Un día no puede pasar sin que yo escuche música”, “cuando viene un espacio, el mes de julio, que ya no tengo que estar tan pendiente de cosas académicas, leo una novela, algo de interés”	“como dejé de estudiar estoy como más relajado”: estudio teatro, ensayo y ayudo a mis papás”	“Depende mucho del día. A mí realmente me da flojera salir de El Paraíso, porque creo que hay mucho que hacer aquí”, “n las noches que estoy aburrída no hay que hacer busco tutoriales de cómo hacer origamis y los hago. O me voy al parque La Paz y practico diavolo”	“Trato los fines de semana sí tratar de asistir a algo pero casi siempre no son por esta zona, me he encontrado con que son en Altamira, pero sí. Y en casa trato de escuchar música y ver videos en YouTube”, “No veo casi televisión, para todo escucho música”, “soy fotógrafa y guitarrista”.	“Mi día es, me voy a mi trabajo, estoy todo el día en el trabajo, llego a la casa, comparto con mis hijos, veo televisión con mi esposo, tratamos de buscar todos los partidos de fútbol que consiga en la televisión hasta que duerma. Ese es todo mi día, trabajar desde las 6 d ela mañana hasta las 6:30 de la tarde y después llegar a casa y compartir”, “los fines de semana atender mi casa”,	“Me dedico a ver televisión, puro deporte” (e el tiempo libre)

			bailar, de hecho, estuve hasta diciembre yendo a un grupo de salsa casino y bachata"						
Preferencias de espacios culturales	"Los museos. La paz que se siente en los museos y siempre hay algo distinto que hace, siempre hay una exposición distinta. Teatros también. Y, por ejemplo, Librería Lugar Común también que suele hacer conciertos, es bien interesante", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"	"Parques", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"	"Ferias, La Estancia allá en Altamira, en el BOD también en la Plaza La Castellana", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"	"Al cine, ya no lo frecuento mucho, he dio a una que otra obra de teatro porque tengo compañeros que estudian actuación", "yo asistiría al que esté más cerca por mayor accesibilidad."	"Yo preferiría también los lugares que sean como más cerrados. Me siento más cómodo. Aparte que como apenas llevo un año adentrándome en la parte cultural y he estado siempre encerrado ensayando pues me gusta bastante.", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"	"Me encanta ir al Parque La Paz, me parece hermosísimo. Allá puedes hacer un montón de cosas, no sé, puedes jugar fútbol, hacer cualquier actividad. Voy a las plazas, que si a las plazas Madariaga, es muy bonita, me parece muy arbolizado y eso a mí me llama muchísimo la atención. Y me genera muchísima paz. La Plaza Washington también es bonita, realizan actividades ahí."	"Centro Cultural BOD, y otros auditorios de conciertos, Café Noisette, El Techo de la Ballena", "yo me enfoco más en que puedo asistir, a veces puedo tener carro o no, pero si me importa la actividad yo veo como me llevo"	"A mí me encanta mucho asistir a conciertos en lugares cerrados, a mí no me gustan los conciertos al aire libre.", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"	"A mí me encanta la música, lo mío es musical todo. Yo soy como mi esposa que le gusta los conciertos cerrados", "pero preferiría asistir a actividades cerca de mi domicilio"
Frecuencia y días preferidos para asistir	"Cada vez menos", "Por lo menos este año ha sido... puedo contar con una sola mano las obras que he visto. A mí me pasa que los días de semana, cuando sales de una obra de teatro o algo así, hay más gente en la calle y te puedes ir tranquilo a tu casa"	"Cuando tenga chance y dinero"			"4 veces a la semana. Yo prefiero los días de semana porque está como que más vacío"	"Yo casi siempre voy"	"Fines de semana pero a veces hay conciertos en mitad de semana. Aunque suene loco he ido, en el BOD, por el tipo de actividad si me interesa..."	"Si vamos, son fines de semana"	"tenemos tiempo sin ir a conciertos porque nos da miedo la noche en la calle-, "si vamos, son fines de semana"
Preferencia de horarios	"Tarde"	"Tarde"		"Tratándose de obras de teatro, me gusta más en la noche. Pero si son espacios abiertos, conciertos y cosas así en la tarde"	"A mí me gusta en la noche pero con el psicoterror de mis papás aprendí a que me gustara en la tarde."	"Tarde-noche todo"	"Tarde-noche, no me gusta en la mañana."	"Tarde"	"Tarde"
Tiempo invertido en	"creo que es como la excusa para"	"Un café siempre después. O un"		En situaciones, diría uno "muy"		"Después, una birra"	"Pasar por un café o un dulcito."	"A mí me gusta"	

el espacio cultural	poder reunirse un rato y comentar sobre lo disfrutado"	pedacito de torta"		favorables", cuando tienes billete. Sí, vamos a una obra de teatro y salimos, vamos a comernos un helado. O mira podemos ir y tomarnos un jugo", "tratar de alargar ese compartir porque no se da tan frecuentemente"				llegar a la casa y comentar qué nos pareció con mi familia. También me gusta cuando sales de la obra de teatro y compartes un dulce, un helado, jugo..."	
Medios de transporte al espacio cultural	"La cola o metro. Me gusta que haya una distancia entre el metro y el lugar adonde estoy yendo. O sea, me gusta caminar e ir hablando con la persona con la que voy. Me gusta llegar caminando, un respiro antes de la actividad."	"La cola"		"La cola"		"Carro igual a camioneta, en este caso"	"Bueno, a mí me pasa ahorita exactamente todo lo contrario. Ahorita trato de no llevar el carro por la vivencia que tuve (robo en el BOD)"	"En carro uno se siente más seguro"	"En carro uno se siente más seguro"
Oferta de alimentos y bebidas	Concuerta con 7, 4 y 8	Concuerta con 7, 4 y 8	Concuerta con 7, 4 y 8	Concuerta con 7 y 8. "Suele ser mayor (el gasto en alimentos y bebidas) de lo que gastas en la propia actividad"	Concuerta con 7, 4 y 8	Concuerta con 7, 4 y 8	"Eso me parece interesante porque, bueno, mucha gente se queja "3000Bs un concierto, muy caro" y eso es dos café y una torta, claro, para dos personas."	"Si está ahí mismo, uno está en el mismo ambiente. A mí me gusta disfrutarlo ahí mismo porque me siento en el ambiente. Si es el teatro, el cine y entonces uno está como alargando el ratico que pasamos chévere ahí. Y si hay que ir a otra parte, bueno, se irá pero a mí me gusta más cuando está dentro del local."	Concuerta con 7, 4 y 8

Inversión en espacios culturales	"A mí me pasa que en vacaciones yo digo "este es el montón de dinero que tengo para gastar en lo que salga", ya tengo comida en la casa, todo está bien. Y lo que hago es ir a todo lo que me inviten hasta que me quedo sin nada, ¿no? Pero ya me disfruté todo lo que tenía."	"yo mis actividades las decido dependiendo del precio, entre más barato. O sea, por ejemplo, un cine al aire libre gratis, voy. Concierto gratis, voy. Si es gratis, voy. No hay que gastar mucho para pasar un buen rato."	"Eso es relativo. Porque, por ejemplo, la última obra de teatro que vi fueron 1200 Bs. la entrada y, entonces, dije que siempre he pagado 400, nunca he pagado más de 500bs por una entrada al teatro. Y me dije "wow, ¿1200 bs?" pero después me acordé que el Cocossette está en 600", "Y sí, concuerdo con 7 con que es algo filosófico, porque antes (de hace unos 6 meses para acá) si una actividad me saliera así de improvisado, no iba, porque eso me descuadraba el sueldo", "pero ahorita, que me siento totalmente fastidiada, hastiada, molesta, deprimida... entonces, sale algo "sí, vamos". "No, pero que no hay carro", entonces "no importa, nos vamos en metro". Eso sí, no me he excedido de 10% de mi presupuesto"				"Depende de la motivación. Pero, bueno, en este momento de mi vida, como es lo que yo disfruto, no es que no me importe. De verdad. Si yo pago mi propio alquiler, yo tengo que ver en que gasto y en que no, pero en este momento de mi vida, ese tipo de placer... me gusta, trato de hacerlo. Porque es como lo que tenemos ahora. No sé, es como algo filosófico. Y es paradójico porque ganamos menos y gastamos más."	"Bueno, yo soy todo lo contrario. A mí me gusta planificar bien. Cuando estoy de vacaciones, yo pienso mi presupuesto de manera tal que yo pueda decir voy para el cine, al teatro, un concierto, yo trato de hacer todo lo posible pero en vacaciones."	"particularmente yo digo se presentó de repente, oye mira, la semana que viene... Ya eso es otra cosa. Pero yo no pienso "este mes vamos a ver si viene x o tal orquesta a ver si la vemos". Planificar tanto no."
Preferencia de compañía	Prefiero ir con "grupos de amigos",	Prefiero ir con "grupo familiar o de amigos"	Prefiero ir con "grupo familiar"	Prefiero ir con "Pareja, grupo familiar o de amigos"	Prefiero ir con "grupos de amigos",	"Mis papás son para nada culturales. Con mis amigos nada más"	Muchas veces he ido sola, con mi papá o pareja	"Con mi esposo y mis hijos. Amigos y compañeros de trabajo. Gente divertida con quien me sienta	"Siempre salir con bastante gente"

								bien"	
Fuentes de consulta y comunicación	"No sé también yo busco a alguien en cuyo criterio yo confíe", "que me pueda dar una crítica más profunda", "Facebook. Aunque a veces uno se queda como que quiere saber de que va (cuando lo ve en un cartel), entonces uno va a Internet a ve"	"Internet", "Whatsapp"		"Facebook y Whatsapp. Mira sí, también a veces voy en el autobús y veo hacia el horizonte y empiezan a aparecer las pancartas. Empiezo a leer y se repiten más adelante y sigo leyendo, a veces sí me entero por ahí pero siempre trato de confirmar eso"	"Si me atrae, voy"	"Sí, eso es lo bueno de caminar también a mí me gusta mucho eso"	"Facebook"	"Preguntarle a alguien que ya haya asistido a ese evento. A ver cómo le fue, qué experiencia tuvo. Y por ahí me guío", "Grupos de Whatsapp. Esa información también la vemos bastante en la televisión"	"Yo espero que uno escuche por radio o por internet "viene tal espectáculo".
Expectativas sobre recreación cultural	"Lugares como más serenos. Y que sean accesibles"	"Que sean tranquilos, cuidaditos, que uno se sienta segura"	"Todo lo que me divierta, nada que me asuste", "A mí me encanta una feria cultural, donde veo esculturas, donde veo pinturas, donde hay comida. Bebida, ropa, artesanía, amo eso, ¡me divierte!"		"Yo preferiría también los lugares que sean cerrados. Me siento más cómodo."		"Que me interese"	"Nada que sea de terror", "Me gustan en lugares cerrados, donde yo tenga comodidad, aire acondicionado, donde yo pueda apreciar la música, el cantante, la puesta en escena de los artistas. "	"Encerradito, con aire acondicionado, saber apreciar para apreciar mejor y me divierte", "Fíjate que cuando yo voy a un concierto, puede ser de salsa o lo que sea, yo soy crítico", "Pero yo voy más que todo a criticar"
Oferta de espacios culturales	"Solo deportivas"		"Aquí no tenemos nada, en El Paraíso no hay nada para distraernos."	"Creo que no hay o es poco"		"Creo que hay mucho que hacer aquí"		"Existen muy pocas"	
Sobre políticas culturales	"Además, que son solo deportivas... deberían ser mucho más amplio", "creo que primero la oferta tiene que ser atractiva, con su promoción, cómo la gente del otro lado de la ciudad quiere venir hasta acá."	"En el Parque La Paz pudieran hacer muchas actividades, es grande y agradable"	"Hay que educar al ciudadano y cobrar no es la solución, porque el fin se pierde, de que sea un espacio que yo estoy colocando allí libremente y sea gratis, se pierde. El espacio de la plaza debe estar dispuesto porque es un	"En la Plaza Madariaga creo que se llegaron a hacer cosas de bailoterapia y demás, pero eventos que uno diga propiamente culturales que si música, lectura, teatro... por acá yo, a lo mejor hay y no lo conozco, pero no tengo	"La población de El Paraíso es bastante grande, es más cómodo ir a una plaza que está más cuidadita y que te quede cerca que ir a una que te quede lejos."	"Sí existen, pero no se difunde bien la información y por eso la gente no asiste como tal."	"Ahorita los papás aprovechan llevarlos a las placitas o los sitios económicos porque llevarlo es carísimo. Si acondicionan las plazas que están a golpe de ojo, sí creo que es posible. La Hacienda La Vega por ejemplo	"Existen muy pocas. Tiene que haber información y promoción"	

			deber del Estado, espacios de libre tránsito..."	conocimiento de ello", Incentivar valores, de verdad, me parece lo más fundamental"			está metidito y tal, capaz piensa que es caro."		
Acceso al espacio cultural escogido	"Es fácil", "Sí, (es seguro), uno sale corriendo"	"Es fácil", "en camionetica, metro no"	"Es fácil", "El espacio en sí es seguro, salir del espacio si no es seguro."	"En el caso de La Católica, si no tienes tu carnet simplemente no pasas o llevas una autorización previa. Pero en ese caso, estando dentro de la UCAB, siendo una institución privada, yo estoy de acuerdo con que eso sea así, además que la inseguridad propia del país y en el campus ha ido incrementándose con el pasar del tiempo. Lleva a que ese tipo de límite en el acceso sea de esa manera."	"Es fácil", sí (es seguro), eso está abierto de día..."	"Es fácil", "llego caminando pero salgo tarde a agarrar camioneta"	"Es fácil", "en carro o caminando"	"La Hacienda La Vega se puede ir hasta caminando", "en carro". "yo creo que a la Hacienda es seguro asistir."	"Es fácil",
Sobre los servicios en el espacio cultural escogido	"Es fácil" adquirir las entradas; ", el Teatro San Martín no tiene (estacionamiento). Creo que la gente estaciona en Los Molinos. En el resto hay estacionamiento"; "sí", estoy satisfecho con la atención al público; "es cómodo, " en la Hacienda La Vega también hay (mosquitos) pero es parte de la naturaleza"	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público; es cómodo "solo que hay mosquitos"; "ellos (Parque Naciones Unidas) tienen los equipos, solo a veces tienes que esperar según la hora. Yo iba al cine en bachillerato y estaba bien"; no venden alimentos y bebidas, "que si chucherías nada más".	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "Las veces que yo fui al zoológico, es un lugar muy lindo, muy happy y esas personas estaban muy molestas... y les da como miedo o fastidio hablar"; "El parque no está cuidado, no huele bien, los animales de verdad están, los pocos que quedan, están en unas condiciones bastante	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, sí", es cómodo.	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, sí", es cómodo.	Es fácil" adquirir las entradas; ""el Teatro San Martín no sé si tiene estacionamiento"; "el Teatro San Martín genial" con la atención al público. "En la Hacienda La Vega hay un puestico de cotufas y perros calientes adentro. Y cerca no, ah bueno, solo el McDonalds"; "no tengo ninguna queja de la Hacienda La Vega ni del Teatro San Martín"	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, sí", es cómodo.; "yo he querido ir a ese cine y me han dicho no vayas es peligroso"	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, sí", es cómodo; "a mí no se me ha mojado el pantalón (en el cine) pero sí considero que está bastante cochino, muy sucio..."	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, sí", es cómodo

			deplorables... Si yo fuera inspectora de zoológicos, yo lo hubiese cerrado"; "Al cine que me gusta mucho dejé de ir porque los asientos no sirven, me ha pasado de todo en ese cine, me han tratado mal, me han dado refresco chimbo, en la sala de cine como tal se han tardado en iniciar la proyección, los asientos han estado mojados"						
Sobre las actividades culturales en el espacio cultural	"Bueno, en la Hacienda La Vega suelen ser puntuales", "es como para todo el mundo. Igual uno como... si uno va a llevar un niño para una película para mayores de 18 años, una cosa así. Como que las actividades culturales tienen su rango de edad también", "no hay suficientes actividades".	"Si" son actividades para diversos públicos, "no hay suficientes actividades"	"Si" son actividades para diversos públicos, "no hay suficientes actividades"	"En el caso de La Católica, si no tienes tu carnet simplemente no pasas o llevas una autorización previa", "no hay suficientes actividades"	, "no hay suficientes actividades"	"Si" son para todo público, "claro, uno primero debe también informarse", , "no hay suficientes actividades"	"no hay suficientes actividades"	"Hay suficientes películas como para ver en el cine pero en los otros espacios creo que no"	, "no hay suficientes actividades"
Sobre el gasto en el espacio cultural	"No es costoso", "aunque también si empiezas a cobrar pierde el atractivo. Pero también sería bueno que se vea reflejado."	"A mí me parece que está bien el precio y hay un instructor. 200 Bs. por estar todo el tiempo que quieras escalando, me parece que está bien"	"No es costoso"	"No es costoso"	"No es costoso"	"En el Teatro San Martín las entradas siempre son económicas. Y Hacienda La Vega es gratis el Cinejardin", "a mí sí me gustaría que hubiese una colaboración (En La Hacienda La Vega)."	"Yo sí creo que la Hacienda La Vega no cobre nada, aunque tenga patrocinio, es un dinero para conservar el espacio, poner más chucherías o para poner una pantalla más grande."	"Pero una colaboración también es importante, es una forma de mantener vivo el espacio, mantenerlo adecuado..."	"No es costoso"
Sobre la comunicación del	"No es fácil acceder a la información", "puede ser que la	No es fácil acceder a la información", "podrían hacer unos	No es fácil acceder a la información"	No es fácil acceder a la información"	No es fácil acceder a la información"	No es fácil acceder a la información",	No es fácil acceder a la información", "yo	No es fácil acceder a la información"	No es fácil acceder a la información"

espacio cultural	misma gente que organiza puede invitar a las juntas de condominio para que compartan la información. Utilizar el boca-a-boca porque imagino que también imprimir folletos está muy imposible"	folletos, antes ponían carteles de la feria que te dije. Pero ahorita no hay nada. Si es algo del sector, si sirve así."					creo que lo de la pancarta. Como la programación de La Estancia que está completamente afuera. Me parece muy interesante que uno pueda compartir la información en la cartelera de los condominios mientras uno está esperando el ascensor"		
Recomendaciones para el espacio cultural	"Como que la academia se ponga en contacto con el mundo"	"Han hecho actividades y uno ni se entera, pero ese es el problema. Antes hacían una feria de la Virgen de Fátima y todos los vecinos iban pero ya no la hacen, es cuestión de comunicarlo. Antes ponían una pancarta y ponían a la Virgen en todos lados en el sector de La Paz pero ahorita no, yo no me enteré de la última"	"Tenemos dos plazas cerca, yo he ido a otros plazas donde ponen películas, sillas y hay hasta cierta sensación de seguridad, se coloca la policía, ¿no? Pero aquí si lo hacen, yo creo que nadie va a ir. No tenemos luz, creo que hay que hacer un gran gasto, una inversión primero en la zona como en necesidades básicas y primarias para todos los que cohabitamos"		"Publicidad para que la gente se entere y sea más concurrido"		"La plaza hay que intervenirla muchísimo. Iluminación. Cosas que parecieran que no están directamente relacionadas con, sí tienen que ver. Porque tienen que ver con la seguridad. Espacios para sentarse, banquitos, para gente mayor, embarazadas, bebés. En las plazas, por ejemplo, muchas no tienen que si la rampita. Estamos súper en lo básico., "he pensado que las universidades y colegios hacen muchas actividades culturales, "que hagan algo más micro aquí, una obra de teatro en las plazas para que otros lo puedan ver,		

							incluso los menos pudientes, hacerlo público.”		
Imaginario sobre la parroquia	“Yo diría que quisiera que fuera el lugar del que no me gustaría salir”	“Yo creo que lo que le falta es como cariño, mantenerla, arreglar las calles. Y seguridad”	“Un resumen de todo, limpia, organizada, planificada, de noche iluminada... yo por lo que he escuchado, El Paraíso es una de las zonas más viejas de Caracas, y esto solía ser lo mejor de lo mejor, donde estaban las personas pudientes. Entonces, por qué si eso fue antes, por qué no ahora. Creo que hay rescatar lo que fue El Paraíso.”	“Si todo fuese bonito, siguiendo la idea, sería un buen lugar para vivir”	“Que la avenida sea como más ancha para que los autobuses tengan su lugar para dejar a la gente y una parte para manejar bicicleta, ciclovia. Cerrarla, poder cerrar un extremo, de un lado y del otro, como para que la gente que viene de afuera le puedan preguntar que vienen a hacer acá para que sea como más privado. Y más luz. Un metrobús o una estación de metro.”	Espacio seguro, limpio y organizado. Yo digo que es el este del oeste.	“Accesible. Porque siento que vivo acá y ciertas cosas que están cerca no son accesibles por sus características y para mí sería muy importante que sea accesible para no tener que trasladarme a otros lugares.”	“yo me imaginaría como una parroquia con oportunidades de recreación, de cultura, de deporte, una parroquia que fuera segura, iluminada, limpia y, sobre todo, tratar de darle a las personas... enseñarles un poquito más a valorar lo que tenemos, a construir y disfrutar.”	“Tiene que ser gobierno. Los que manden ahí, los alcaldes que se encarguen de que eso funcione... para que yo diga El Paraíso es como Chacao. Yo voy a Chacao y yo veo que los carros no se comen la luz, por qué allá es así y nosotros acá somos así, ¿por qué? Para mí, a pesar de todo, pienso que el Paraíso es un paraíso”

5.3.2 Grupo focal B – Parroquia La Vega

Tabla 9 Matriz de respuestas del grupo focal B (La Vega)

Tópicos	1	2	3	4	5	6	7	8
Edad	23	52	19	23	22	22	22	20
Ocupación	Gestor Cultural y músico	Administradora de empresas	Analista de atención al cliente	Productora de radio	Estudiante de derecho	Estudiante de derecho	Periodista	Estudiante de comunicación social
Actividad cultural favorita	Teatro	Cine, teatro, lectura	Teatro	Teatro, poesía, cine	Música	Cine	Teatro y música	Cine, música y teatro
Hábitos diarios y tiempo libre	<p>"Es variado. Trabajo en casa como hasta las 10. Voy a una oficina en Cumbres de Curumo o al colegio Los Andes, depende de la hora que salga, trato de hacer algo, comer algo, si hay una obra de teatro trato de ir o voy al curso de alemán. Llego a la casa como a las 8. Curiosamente me gradué y tengo más tiempo libre", "Por mi trabajo a veces las niñas me llevan cosas "profe, léete eso" y quizá leo muchas cosas infantiles pero a mí me encanta", "Me gusta escribir, dibujar aunque no soy buena. A veces me pongo que si a coser algo"</p>	<p>"Salgo de mi casa a un cuarto para las seis, desde las 6 de la mañana a trabajar, porque administro varios empresas, estoy todo el día trabajando, paro una hora para ir a comer. Sigo trabajando hasta las 5, 6.", "Yo quisiera... pero nada. A mí me absorbe totalmente el trabajo, solo lo hago cuando hay un fin de semana que bajamos a la playa... y leo", "En la mañana, como llego tan temprano y estoy sola, pongo un poquito de música para relajarme y los fines de semana cuando estoy sola"</p>	<p>"Salgo a las 5:30 de mi casa, veo clases en la tarde y tengo ensayos en la noche", Veo clases los sábados, "esa es toda mi mañana. Después salgo... voy a una reunión...", "a veces tomar fotos y hacer teatro"</p>	<p>"Salgo como a las 7, 7 y media, voy a la radio hasta la una de la tarde. Vengo para acá para El Paraíso, en la tarde tengo que ir a la terapia y después me voy a mi casa", " Yo leo todos los días mientras voy al trabajo, mientras regreso o escucho música o escucho música mientras leo. Intento ver una película diaria. No puedo dejar de ver una serie, entonces también la descargo o la veo en la tele", "dependiendo también de lo que pase ese fin, por ejemplo, si hoy juega la Vinotinto, probablemente me reúna para ver el juego. Voy a una obra, voy al cine"</p>	<p>"Normalmente vengo a clases temprano en la mañana, salgo de aquí a las 10 de la mañana, a veces al mediodía, voy a la oficina... a veces me toca salir a tribunales... a hacer algún trámite en un organismo público o sino la oficina. Salgo entre 6, 6 y media y me vengo para acá a mi casa y llego como a las 7 y media", "yo estaba en el sistema de orquestas. Pertenece a la Orquesta Sinfónica Juvenil de Chacao, llevaba varios allí, ahorita me retiré y por razones de tiempo y trabajo no he podido continuar pero sí me gustaría retomarlo. Era una actividad que me gustaba bastante"</p>	<p>"Salgo de mi casa tipo 7, 7 y media, voy a la oficina y , luego, tipo 3-4 voy a la universidad (la Santa María)", Yo los sábados cuando hay temporada deportiva me pongo a ver deportes, ver amigos, descansar de la universidad el fin de semana, si me invitan a jugar FIFA... cocino...", "Mientras espero el turno, leo un libro. Me pongo a investigar, oír música... Me gustaba mucho ir al zoológico de aquí, pero se puso la cosa peligrosa. Y por aquí, más que todo hacer deportes"</p>	<p>"Salgo a las 5 y media de la mañana... me lanzo mi viaje. Estoy todo el día de arriba para abajo uniendo cabos de todas las fuentes... salgo a las 4:30, 5 de la tarde y llego acá a Montalbán a eso de las 7 de la noche a dormir para volver el día siguiente", "Cuando son días de guardias, no tengo vida. Pero cuando no, si hay una obra en teatro UCAB voy. Siempre busco alguna alternativa, Hacienda La Vega, Cinejardín...", "paso todo el día escuchando música. Leo muchísimo, yo intento leer por lo menos una página todos los días. Me encanta ver el ballet en Film & Arts. Me peleo por las pautas de La Caja de Fósforos que ha convocatoria todas las semanas para ver los ensayos de"</p>	<p>"Paso todo el día en Internet", "soy músico y veo YouTube"</p>

							las obras", "me gusta mucho escribir, especialmente guiones. Dibujar mandalas. Y cocinar, me desestresa"	
Preferencias de espacios culturales	"Yo siempre estoy pendiente de ver La Caja, el Trasncho, Centro Cultural y Lugar Común y lo que va saliendo", "que tengan un estacionamiento cómodo y, en general, que sean baratos"	"UCAB. Mi esposo y yo estamos pendientes de CineJardín", "yo soy como tú dices, queremos todo por acá, no queremos ir al este", "prefiero espacios para sentarme o donde pueda llevar mi sillita, como en CineJardín"	"Que sean cerca de mi casa o metro"	"Chacao, Altamira... Bellas Artes... dependiendo de las actividades que se hagan"	"Mayormente Chacao que es donde hay más teatro, más actividad, tanto en teatro como en la calle"	"La Estancia... a veces subo El Ávila, me gusta mucho el cine del Lido", "los espacios más solos, silenciosos...sin despelote de gente para ir a un sitio"	"Teatro UCAB, CineJardín me gusta muchísimo, Centro Cultural Chacao, la sala de consultas de la Biblioteca del CENAC", "como dice 2 uno busca alternativas por aquí, yo no me calo cola sino metro y son como dos mil estaciones", "si lo que estoy buscando es "déjenme en paz" me encanta ir a los museos. Las bibliotecas me encantan. Y cuando estoy buscando más distracción me gusta mucho ir a La Estancia y ir a la gente"	"Bueno, en el centro cultural de Chacao hay muchas cosas, la plaza Altamira, la Plaza Los Palos Grandes, siempre hay muchos toques o cosas"
Frecuencia y días preferidos para asistir	"1 a 3 veces al mes, noches o fines de semana"	"1 a 3 veces al mes, fines de semana es más cómodo"	"1 a 3 veces al mes"	"1 a 3 veces al mes, preferiblemente fines de semana"	"1 a 3 veces al mes, preferiblemente fines de semana"	"1 a 3 veces al mes, preferiblemente fines de semana"	"1 a 3 veces al mes, preferiblemente fines de semana"	"1 a 3 veces al mes, preferiblemente fines de semana"
Preferencia de horarios	"Algo que se acabe temprano, si termina tarde no voy"			"Si voy en carro, tarde-noche, es más cómodo. Si voy a pie, sí, en la tarde"		"Mediodía hasta las 5pm"		
Tiempo invertido en el espacio cultural	"Toda la tarde", "Si ya salí, voy a aprovechar a hacer otra cosa: Voy al teatro y comer"	"Toda la tarde", "temprano para caminar o comer algo"	"Toda la tarde"	"Toda la tarde"	"Toda la tarde", "si la función es muy tarde, se come antes, si es temprano sí"	"Toda la tarde"	"Depende también porque a mí me gusta mucho ir sola, entonces si voy sola, me regreso y ya", "siempre tomar un café"	"Toda la tarde", "Comer, quedarse hablando"
Medios de transporte al espacio cultural	"Carro"	"Carro"	"Carro o metro"	"Carro o metro"	"Carro o metro"	"Carro o metro"	"Carro o metro"	"Carro o metro"

Oferta de alimentos y bebidas		"Uno va al cine con las chucherías en la cartera. Porque aparte las colas que hay que hacer"		"En Trasncho también se pasa, es súper barato la entrada, pero que las cotufas son 1000 Bs."	"En esos espacios siempre hay un cafetín pero siempre suele más costoso"		"Depende del momento de la quincena, uno va al cafetín del espacio"	"Cuando voy a Trasncho, siempre salgo a comprar porque Trasncho es muy caro"
Inversión en espacios culturales	"Yo estoy saliendo más, entonces, no voy a pagar 3000 Bs. cada vez que salga, entonces estoy yendo a Trasncho los lunes que son a 250 Bs. Yo podría invertir 50% de mi presupuesto"	"En el cine se pasa lo que pagas en comida de lo que pagas en la actividad", "si tú quieres ir a un concierto de algo que tú quieres ver, no sé, Gilberto Santa Rosa... Yo soy 5, 7 por tres. Por algo normal, 2000 Bs."	"Invierto en cultura lo que me quede"	"30% de mi presupuesto lo invertiría en cultura"	"2000 Bs. para algo normal, si es algo que ya te gusta mucho uno hace el esfuerzo. Después de los gastos, invierto en cultura lo que me quede"	"Eso es muy relativo. Depende de la actividad que tú vas y si puedes distribuir ese gasto. Yo invertiría lo que me quede en cultura"	"Depende del momento de la quincena", "yo diría no más de 3000 Bs. Yo podría poder dar un 50%"	"Yo no pago más de 1500 Bs., ni siquiera por la entrada se paga eso", "100%, todo lo gasto en cultura"
Preferencia de compañía	"Ir con mucha gente es complicado hasta para pagar"		"Hasta 5 está bien"	Grupos "pequeños"	"Con amigos o novia"	"Amigos o solo"	"Sola o mi hermano pequeño", "me siento muy liceísta si voy con mucha gente"	"Con amigos o una tía"
Fuentes de consulta y comunicación	"Yo sigo a los lugares que ya dije, si ellos lo dicen o si alguien me dice ah mira tal cosa"	"A mí me llega a mi correo"			"Si quiero hacer algo, lo busco"		"Redes sociales y notas de prensa que me llegan"	"Página de Trasncho o Ticketmundo"
Expectativas sobre recreación cultural		"Reírme. Si la voy a pasar bien con una obra de risa o estar entusiasmada de que va a pasar", "uno lo absorbe completamente el trabajo y la recreación es full poquitica. Yo trabajo más de lo que realmente disfruto. A veces estoy tan cansada que quisiera ir"	"Sí, exacto, yo creo que a todos nos pasa eso que comenta 2"	"Hay películas que tienes que ver en el cine"		"Hay cosas que no se pueden comprar en la vida, una de ellas es la cultura"	"Yo siento que la cultura puede ser la solución para los problemas..."	
Oferta de espacios culturales	"No" hay suficientes espacios	"Yo quisiera que hubiera CineJardín sábado y domingo. Y me encantaría que hubiera full teatro"	Coinciden con 1	"Coinciden con 1"	Coinciden con 1	Coinciden con 1	Coinciden con 1	Coinciden con 1
Sobre políticas	"Creo que sí es un tema de infraestructura porque"	"Es un municipio súper grande y está muy desatendido, no"		"Tiene mucho que ver, más allá de armar un proyecto"	"Creo que relacionado con eso cuando hacen esos tipos de evento"	"En la zona, desgraciadamente, del municipio"	"creo que desarrollando puntos culturales de"	"Sobre todo eso es muy segmentado. En la Parroquia de La"

culturales	la verdad en Chacao las infraestructuras son de la alcaldía. Aquí uno no ve eso", "Chacao busca apoyo de la empresa privada, por ejemplo"	les da tiempo..." , "hay colegios en esta zona, los de La Vega, para armar un proyecto..."		con la educación y lo que den cada uno de los colegios", "si eso se hace constantemente y se hace un proyecto... probablemente se vea un cambio más..."	en esta zona, lo hacen en momentos políticamente importante para ellos", "no hay como constancia", "yo creo que más que disciplina hay que apoyar e incentivar a las personas involucradas en las actividades, en lo cultural, que a lo mejor quieren llevar esas iniciativas culturales a otros espacios pero no tienen el apoyo para hacerlo. Si hubiese un interés en apoyar a los que trabajan en eso allí habría una solución para esto"	Libertador o en la zona No. Ok, puedes hacer un teatro a La Vega, ¿vas a salir de La Vega a las 9 de la noche? Tampoco hay infraestructura y creo que ese es el principal detalle. Tú no vas a comparar el teatro que queda en San Martín con un teatro que está el este, primero que está cuidado, cómodo acceso... Debería haber más espacios. No hay esas cosas que haga que evolucione, sino paños de agua caliente. Chacao es un municipio pequeño, Libertador es más grande, es una zona comercial", "tiene que haber mano dura y disciplina, sencillamente"	esa manera puedes ayudar también a fomentar convivencia, disminuir la violencia, sabes lo puedes tratar de la raíz . Crear focos de cultura, fomentar espacios. Tener un sistema de pedagogía cultural muy fuerte que tú no vas a lograr en un año"	Vega todo lo que hacen se queda en la entrada de La Vega y en el barrio, no he visto nunca que hagan nada en Montalbán en todo el tiempo que esté viviendo aquí"
Acceso al espacio cultural escogido	"Es fácil", "en metrobús"	"Es fácil", "en carro"	"Es fácil"	"Es fácil", "a pie y camioneta"	"Es fácil", "a pie y camioneta"	"Es fácil"	"Es fácil"	Es fácil", "en metrobús"
Sobre los servicios en el espacio cultural escogido	Sobre el estacionamiento: "Sí, yo sé que la UCAB sí y en el caso de la Hacienda La Vega también". " Sí, es cómodo". "La biblioteca está muy bien. Puede mejorarse pero no presentan grandes deficiencias". Sobre alimentos y bebidas: "En la UCAB	"La Hacienda La Vega es seguro", "Sí, es cómodo". "Ojalá en la Hacienda La Vega tuviera una pantalla más grande, porque se hace pequeña y no puedo leer". "En la UCAB nada que comer, sales un sábado en la tarde y no puedes tomar un agua. Yo vengo con mi switch pasado de	Sobre las entradas: "La gente debe ir 5 horas antes o reservar en el cine porque se llena". Sobre estacionamiento: "En el Pequeño Teatro de La Vega no hay estacionamiento". Sobre la atención al público: "La gente trabaja con el público como por necesidad, te hace mucho ruido	"Creo que lo más seguro es la UCAB", "La atención al cliente es una cosa que está en decadencia pero a nivel general. Uno más bien se sorprende cuando encuentra una persona que te trata bien". "Sí, es cómodo".	"Sí, es cómodo. Salvo por la inseguridad al salir del espacio". "Aquí en la UCAB a veces hay algún problema pero nada grave"	Para las entradas: "En las Naciones Unidas depende del evento, por ejemplo, un partido de baloncesto... hay que comprarla antes". Sobre la seguridad: "De lo que se conoce de las Naciones Unidas es más complicadita porque va gente de La Vega, la Cota	Sobre las entradas: (En el Brígido) "Sí, es fácil. Llegas, pagas y te vas". Sobre la seguridad: "yo siento que todo es inseguro por situación país todo después de las 6 de la tarde todo es inseguro". Sobre la atención al público: "En el Brígido Iriarte	Sobre las entradas: "En el caso del INCRET, todos los eventos son privados, conseguirlos debe ser por contacto". Sobre la seguridad: "Para el INCRET hay que caminar una parte y eso se presta a problemas de seguridad. Y en el caso del cine, si

	depende del día, los domingos nada y los sábados sí sales muy tarde tampoco"	que no puedo tomar ni agua"	cuando te dicen "no, no hay", "siguiente", "no, no tengo", "no, no hay cotufa", etc.". "Sí, es cómodo". "No he entrado al teatro de La Vega pero he visto fotos y tiene una buena dotación y eso"			pero si ya se conocen, está bien. Igual en el parque. En el Pinar sí es muy peligroso, muy solo", Sobre el estacionamiento: "En las Naciones Unidas y El Pinar sí estacionas adentro. El parque es libre, estacionas ahí, no hay problema". Sobre la atención al público: "Nunca he tenido malas experiencias en los espacios". Sobre la comodidad: "Sí, es cómodo". Sobre la venta de alimentos y bebidas: "En las Naciones Unidas sí, en el Parque La Paz en los alrededores"	es como autodidacta, tú tienes quién conoces allí que te da tu entrada. No hay mayor trato con nadie", Sobre los aspectos técnicos: "Por lo menos, el Brígido no, yo recuerdo haber ido hace 10 años... pero ahora, metieron gente damnificada en el Brígido, todo está en un estado horrible, las luces no sirven muy bien, la grama... horrible, horrible, de verdad da mucha tristeza". Sobre la comodidad en el espacio: "Sí, es cómodo".	sales muy tarde, esa zona es muy insegura". Sobre estacionamiento: "Hay estacionamiento en el cine pero es horrible". Sobre la atención al cliente: "En el INCRET es igual que en el Brígido". "Sí, es cómodo". Sobre los aspectos técnicos: "Del cine de Galerías no hay mucho qué decir, obviamente sí me parece que está en decadencia, en el sentido, no es el cine al que yo iba en 5 años: hay problemas de butacas, hay pantallas que no sirven y no lo solucionan. El INCRET tiene una infraestructura muy buena y no hay queja para eso". Sobre la venta de alimentos y bebidas: "En el INCRET no hay nada por allí, hasta el Multiplaza. En el Cines Unidos bueno, claro"
Sobre las actividades culturales en el espacio cultural	Sobre actividades para diversos públicos: "Bueno, es más para los estudiantes pero hay teatro para el público abierto, hay infantiles... pero pienso que es difícil enterarte si no estás adentro", "siempre tienen un contenido educativo, incluso las culturales". "No son suficientes actividades en un mes".	"Para mí es cómodo porque está cerca", "uno la pasa bien en la Hacienda La Vega, a mí me gusta". "Siempre se pudieran hacer más"				"Es importante que sigan haciendo estas actividades"	"Son nuestro peor es nada" Sobre actividades para diversos públicos: "En el caso de la Hacienda La Vega sí. Y el Brígido Iriarte si te gusta el fútbol".	"Por lo menos, en la UCAB, es porque uno es estudiante y vive por aquí... porque de lo contrario es lejos"

Sobre el gasto en el espacio cultural	"Invertiría más por mejorar el espacio o las actividades"	"Me parece injusto que por lo menos aquí, en La Católica, digan "una colaboración"."	"Invertiría más por mejorar el espacio o las actividades"	"Invertiría más por mejorar el espacio o las actividades"	"El cine de Galerías es más económico que el resto"	"Sí, yo pagaría más por las actividades"	"Invertiría más por mejorar el espacio o las actividades"	"Invertiría más por mejorar el espacio o las actividades"
Sobre la comunicación del espacio cultural	"Las páginas de guías culturales me parece que no tienen toda la información que uno está buscando, obviamente ellos se enfocan en las notas de prensa. Como se concibió HoyQuéHay ya no es lo que se planteó cuando se creó "una cartelera cultural"... Es raro. En radio, he escuchado cosas de la UCAB"	"En el caso de la UCAB, sus redes sociales y Rebeca", "Por correo".	"En el cine por la página web"	"La página web de Cines Unidos está bien"	"En la UCAB uno porque estudia aquí y en las redes sociales, pero no hay como mucha difusión hacia afuera ", "debería existir una página web específica para buscar lo que hay"	"No he ido a un evento en los parques, así que solo voy cuando tengo tiempo"	"Cronograma de fútbol, de atletismo u otras actividades no sé. Y Hacienda La Vega por Twitter", "Creo que no tienen redes sociales, es infraestructura y ya"	
Recomendaciones para el espacio cultural	"Abrir los espacios que ya existen"	"Que puedas caminar, que puedas salir de la Hacienda La Vega como en otros municipios donde tú ves policías en cada esquina para que te puedas ir caminando. Seguridad"				"Que haya más policías, más seguridad, que se mejore la infraestructura, que haya una línea de transporte"		
Imaginario sobre la parroquia	"Seguridad, obviamente y no sé abrir los espacios que ya existen para que se haga cultura en ellos, no necesariamente ponernos a construir teatros o auditorios, aquí hay panaderías bonitas, ahí podrían tocar grupos de jazz eventualmente. Abrir espacios para que sean culturales"	"Más actividades, seguridad, iluminación y más transporte público porque en Montalbán tienes que caminar largos trechos y es terrible"	"Yo diría variedad, que haya música, danza, que hay más cosas"	Igual que 8	"En mi punto de vista, para la cultura como tal, seguridad, transporte, infraestructura y difusión de que aquí también se hacen ese tipo de cosas"	"Que exista una línea de metrobús en El Paraíso"	"Mayor participación, desde la participación vecinal hasta gubernamental, de la empresa privada. Inversión."	"Menos clandestina, más segura, con más movimiento cultural y quizá más opciones de transporte público"

5.3.3 Grupo focal C – Parroquia San Juan

Tabla 10 Matriz de respuestas del grupo focal C (San Juan)

Tópicos	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Edad	24	66	72	59	25	24	32	62	68
Ocupación	Gestor Cultural y músico	Ama de casa. Trabajó en áreas sociales (Comité de damas, bienestar social)	Ama de casa. Fue contadora por 30 años	Supervisora de mantenimiento	Audiovisualista	Operador de protección industrial	Estudiante de derecho, analista de asuntos internos	Trabajó en una clínica	Ama de casa
Actividad cultural favorita	Conciertos y teatro	Baile, cine	Teatro, música y lectura	Música	Conciertos	Teatro, conciertos y lectura	Teatro	Bailar	Bailar y teatro
Hábitos diarios y tiempo libre	"Mi horario de trabajo suele ser variable, es variable, no tengo un horario de entrada de oficina fijo.", "Los fines de semana también son de trabajo, ya que como soy músico, muchos de los eventos, conciertos y presentaciones que se dan suelen ser los fines de semana."	"Me levanto a las 7 de la mañana y me asomo en la ventana, a ver quién pasa, a ver si hay 'moros en la costa', , cuáles son las actividades, qué ha pasado, hago mis oficios como toda ama de casa, luego me toca ir a bachaquear si debo comprar algo, luego me toca ir a la casa y jugar en la computadora"	"Por lo regular, me paro, hago el desayuno y el almuerzo, sobre todo para poder salir. Atiendo a mi hijo y a mi esposo. Siempre estoy ocupada, siempre tengo que hacer. Hago todos los oficios, comprar, pero también todos los días del mundo entro en Facebook", "tengo un trabajo en mi iglesia de trabajar en Internet y leo todos los días mi Biblia"" Algunas veces tengo que salir los sábados, pero todos los domingos voy a mi Iglesia. Es delicado. El	"Me levanto a las 4:30am, atiendo a mis hijos en la mañana. Desayuno, me voy a trabajar, entro a las 11am. Hago mis actividades en el trabajo, superviso, nos reímos, echamos broma, siempre pendiente de todos los muchachos que comando, regreso a mi casa, llego haciendo cena y después a limpiar en la noche, cuando me da tiempo de hacerlo. Me acuesto muy tarde. Una actividad extra ahora es cuidar a mi nieta", "estoy en la computadora", "mi distracción es limpiar e ir a conciertos", "yo	"Poco rutinario, siempre hago algo distinto según lo que marque el día", "le dedico tiempo a ver películas, ver series, leer, hay una parte importante en mi vida en eso"	"en mi trabajo salen muchas eventualidades, no puedo programar actividades. Paso todo el día ahí, no me da tiempo de leer, leo cosas que no me interesan pero tengo que hacerlo porque es mi trabajo, hago muchas actividades que tampoco me gustan pero tengo que hacerlas porque es mi trabajo. Llego a mi casa a eso de 9, 10, 11 de la noche y atiendo a la niña", "En mi trabajo le dedican mucho tiempo a actividades culturales, talleres, como en el día del Niño y cursos de ética y valores"	"El día a día se resume en la bebé, me paro muy temprano a amamantarla, paso toda la mañana con ella viendo televisión, entreteniéndola... en la tarde igual, a veces salgo", "Los fines de semana ahorita son bastante culturales: teatro, espacios culturales en la calle porque la niña no se puede meter para un teatro o un cine. Nos gusta mucho ir a locales donde se presenten grupos musicales de diferentes géneros", "yo hice teatro durante 8 años en Rajatabla	"Los fines de semana son movidos"	"En Internet, salgo poco...", "Yo trabajaba en la Casa de la Cultura que había en San Martín, que hay pero ya no se utiliza, siempre hacíamos eventos de la cruz de mayo, de boleros, danza, hacían fiestas para los niños, siempre estábamos en esa actividad"

			domingo para mí es delicado, eso es sagrado para mí."	cantaba, trabajé con Simón Díaz en Radio Rumbos"					
Preferencias de espacios culturales	"En mi caso, frecuento más los puntos del este: Centro Cultural Chacao, Centro Cultural BOD y eventualmente la sede de El Sistema en Colegio de Ingenieros", "Hay espectáculos que obviamente les entra como anillo al dedo que sean en espacios cerrados, pero por ejemplo hay eventos como festivales donde a lo mejor es chévere hacerlo en un espacio abierto, donde obviamente la entrada es mucho más barata o gratis, hay más interacción con la gente, puedes llevar un montón de panas", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona,	"Teresa Carreño" Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona	"En mi Iglesia hacen noches de talento, los muchachos de ahí cantan, bailan y hacen teatro. La parte cultural está dentro de mi iglesia pero también puedo ir a una obra de teatro de la que me guste, lo que pasa es que no tengo carro", "Teresa Carreño, La Simón Bolívar y la Universidad Metropolitana", "En verdad, uno quisiera siempre estar cerca de su casa. Aquí hay un teatro y antes había muchas obras de teatro en el Ecuador, el INCRET, ahí yo iba hace años cuando hacía actividades en los colegios"	"Centro Cultural BOD", "Yo pienso también que la inseguridad también influye, por ejemplo en la zona de Bellas Artes, se presenta mucho por cualquier cuestión que le pueda pasar a uno. Yo quería hacer mención del Aula Magna de la Universidad Central de Venezuela", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona	"Si hay algo cerca no sabemos. Puede que haya cosas pero no sabemos, no hay ningún tipo de cartel, publicidad...", "Los museos sí me gustan", "Me gusta porque los tenemos cerca y creo que no se usa, que va muy poca gente. Puedes ir temprano, en la tarde, hay algo ahí que se puede explotar"	"Centro Cultural BOD, Hard Rock Café, Taima Restaurante", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona	"Yo suelo ir al Rajatabla o a La Patana Cultural. Y La Estancia.", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona	"La Simón Bolívar", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona	"Yo cuando salgo voy a Margarita a los casinos. Y he ido a conciertos, de Manuel y de unos primos", Coincide con 3 y 5 sobre las actividades en su zona
Frecuencia y días preferidos para asistir	"Una vez a la semana"		"Esporadicamente", "por lo regular los sábados",	"Una vez al mes"	"Una vez al mes ir a un lugar al que no voy normalmente", "sábado"		"Cada quince días", "fines de semana"	"Si vamos, son fines de semana"	"tenemos tiempo sin ir a conciertos porque nos da miedo la noche en la calle", "si vamos, son fines de semana"
Preferencia de horarios	"Cuando es viernes y sábado, un poco más tarde, a partir de las 4. pero los domingos en		"En el día que es a las cinco. Que empiece a las ocho de la	"Hay eventos que se presentan a las 10 de la mañana que eso	"A las dos, tres.	"Hay eventos que también son en la mañana"			"Depende de la actividad que sea"

	particular si más temprano las actividades"		noche es tarde"	también es excelente"					
Tiempo invertido en el espacio cultural		"El tiempo que dure la actividad"	"Cuatro o cinco horas. Una tarde dedicado a eso"	"Hoy en día tratamos de hacerlo (comer) en la casa después. Y antes de entrar a la actividad"	"Depende del sitio, si voy al BOD siempre hay un carrito que tiene cosas, te puedes reunir ahí antes. Depende más que todo del lugar."	"Eso también depende de si son mujeres, yo llego y ya", "a comer siempre antes de una actividad, pero también depende del sitio donde estemos"	"A comer siempre."	"Siempre salimos: antes y después, a comer antes y beber después"	
Medios de transporte al espacio cultural	"Metro"	"Si no hay carro, taxi"	"Por lo general, si uno no tiene carro tiene que buscar algo que sea más accesible."	"Metro también. Yo no me monto en camioneta. Aunque no quiere decir que uno no va a ir por eso, uno se arriesga"	"Lo ideal es que sea accesible en transporte público y en ese caso, no sería hasta tarde. Sobre todo, metro"	"Metro. O uno se va pa' un evento y después que uno llega, uno resuelve"	"Carro"	"Si a uno le llama la atención, hay que ir "	"Por lo general, uno agarra taxi si es muy lejos "
Oferta de alimentos y bebidas		"Bueno, si no te vas del sitio. Si vas al Teatro Municipal, vamos a Chacaíto, al centro comercial o te vas a tu casa"					"Si te vas al Teatro San Martín, que es lo que tenemos por aquí, yo pienso que no hay ningún lugar inmediatamente cerca adecuado para hacer un pre-despacho antes de la obra o algo que hacer después. A diferencia del Centro Cultural BOD que tienes El León, el McDonald's, pizzerías, perrocalenteros, discotecas...tienes muchas cosas. Creo que depende más del sitio que uno frecuente"		
Inversión en espacios culturales	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida, "También depende de la oferta, en mi caso depende de la oferta de ese mes. Ha habido meses en los que me he gastado hasta 50% de mi sueldo en actividades culturales porque me interesa mucho ir, pero habrá meses en los que particularmente la oferta no llamó la atención y gasté 10%	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida, "si tú te quieres dar ese gusto, vale la pena, tú te das ese regalo cuanto cueste"	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida. "Sinceramente, si vas a hacer una cosa de esa, es un gasto extra que tú vas a hacer. Que tú vas a planificar es mentira, porque cada vez que tú vas encuentras	"Exacto (coincide con 6). Es costoso. Pero también te voy a decir una cosa uno trabaja todo el año, anda en una angustia en todo el año, ahora a cualquier hora estás preocupado.... Tú te mereces también, como persona, sentarte a ir a un sitio a	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida. "Depende de la actividad, hay cosas que valen más que otra, no es lo mismo una obra al aire libre que una obra en el Teresa Carreño. Es subjetivo", "si algo me gusta, yo pagaría lo que sea. No puedes pensar (el presupuesto) con lógica racional	"Depende del sitio donde vayas, lo que pago en La Patana no es lo mismo que pago en el Hard Rock. No es comparable lo que gasto. Sí, se gasta mucho más en comida que en la actividad, hasta el triple"	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida, yo invertiría "un realero. Lo que me pidan yo lo doy."	Coincide con 6 sobre el gasto mayor en comida. "El costo de la vida es muy alto. Este lapicero te vale ahorita 100 bolívares y mañana 400 bolívares. Uno sale de su casa y hay que llevar dinero para

	de mi sueldo o asistí a puras ofertas gratuitas"		todo al doble de lo que costaba antes. Es un sacrificio, de que tú puedes hacer una vida normal y un presupuesto, imposible. Todo el mundo no puede hacer eso, uno tiene que comprar la comida que es lo que más se lleva todo y los servicios... no puede"	ver algo y que te puedas gastar que tú tranquilamente puedas pagar", "Yo pagaría lo que sea, si me gusta"	porque dirías "no puedo", "no voy a nada". Creo que es un tema emocional: "yo me merezco esto" o "yo quiero". Mientras vas subiendo tu poder adquisitivo, puede ser más racional, entre menor sea tu poder adquisitivo, más emocionales"				todo"
Preferencia de compañía	Prefiero ir "con mi novia, otros amigos colegas músicos", "grupos de cuatro o cinco"	"Llevar tanta gente la cosa sale muy cara, A menos que sea para compartir. Fiestas de "contri", de colaborar"	Prefiero ir con "con mi hijo, con mi esposo, mi sobrina", "lo ideal es ir en grupo pero no tantos. Aunque esa es una solución para ir un sitio, a hacer una vaca. Cada uno tiene que pagar su pasaje, ya no se puede. Hacer fiestas "de traje"	Prefiero ir con "familia". "Más de 8 para espacios abiertos"	Prefiero ir con "grupos de amigos cercanos, "familiares y pareja",	"Depende de la situación que vamos a hacer, si voy al teatro voy con mi familia, para un concierto ir solo o con dos es aburrido, es mejor un gentío ahí gritando"	"Con mi pareja y la familia"		"Amigos también"
Fuentes de consulta y comunicación	"Redes sociales, en mi caso y las páginas que yo sé que son especializadas en eventos, sigo a PalToque, a CrestaMetalica, si ellos están reseñando un evento, me interesa"	"Publicidad"	"Publicidad"	"Redes sociales. Muchas veces el amigo te dice "es un grupo maravilloso" y no"	"Uno también conoce gente con el mismo gusto, para una película le pregunto a un tipo de gente, para obra de teatro a otro grupo de gente"		"Pancartas, publicidad"		
Expectativas sobre recreación cultural	La calidad de lo que se esté interpretando. Claro, aunque también puede ser subjetivo", "iluminación y sonido", "i hay falencias desde el punto de vista técnico, que se vea que está resuelto y que no	"Aire acondicionado"	"Algo que a uno en verdad le guste, tienes que ir a algo que te guste y uno las disfruta. Uno no puede ir a cualquier cosa para	"Controlado", "Comodidad, confort, las butacas cómodas, su rampa para las personas discapacitadas. Accesibilidad,	"Comodidad, que sea accesible"				"Algunas veces no te gusta una obra porque no te gustó la actuación, igual la película o la misma novela"

	te dañe la experiencia que estás allí”, “la atención al público, los servicios... pero la atención persona a persona, ese contacto humano es importante. Incluso más que los servicios”		divertirse, uno escoge ”	seguridad, estacionamiento”					que puede ser frívola, yo me fijo en la actuación.”
Oferta de espacios culturales	Coinciden con 5	Coinciden con 5	Coinciden con 5	“Coinciden con 5	“Si hay algo cerca no sabemos”	“Coinciden con 5	Coinciden con 5		Coinciden con 5
Sobre políticas culturales	“Yo creo que el derecho a la cultura está al mismo nivel”, “como la comunicación, el derecho a la educación, está íntimamente ligados”, “Va ligado un poco a la programación, es una percepción muy propia de que las cosas que suceden de este lado de la ciudad, el oeste, son como muy underground”, “puede haber más de 15 obras, pero que esas obras nos interesen, por más que nos llegue la información... hay un trecho algo. “la publicidad no te atrapa”	“Aquí antes en la Casa de la Cultura cuando se hacía taichi, yoga... pero hablando de política, cuando esos señores de este consejo comunal saliente, tomaron eso, entonces, se dedicaron a la Casa de Cultura, en vez de cultura, a política, labores clandestinas, campaña, pintar las camisetas con los ojitos de Chávez. Se perdió ahí. La nueva junta comunal parece estar interesada”	“Hay que reconocer que la Plaza San Martín la recuperaron”, “Las políticas en Chacao han sido consecuentes, siempre lo utilizan (las plazas). Podrían hacer espectáculos ahí en el boulevard”	“Ahorita en este momento la verdad es que no hay... No hay información, la Casa de la Cultura está funcionando muy esporádicamente, “Que este sea el punto de encuentro”	“Que si lo hay, no sabemos”		“Para acá no hay nada. Hubo una época en que se hacían conciertos en la Plaza San Martín.”		“Lo que pasa es una cosa si tú montas una obra de teatro en la Plaza San Martín y van a haber 20 personas, tú montas una salsa... y se va a llenar. He ahí el problema. En la diferencia de gustos. Para acá hay que hablar más de esas cosas”, “esos espacios los tomaron, los echaron a perder y todo es para eventos políticos”
Acceso al espacio cultural escogido	“Es fácil”, “sales de CineJardín, se hace a las 6, a veces pueden poner una película que dura tres horas, sales a las 9 o 9 y media, y es peligrosísimo. El espacio no es inseguro, es la zona”	“Es fácil”, “a la fundación puedes ir a pie, queda al lado”	“Es fácil”, “hay una camioneta que pasa por aquí y te deja en la puerta. En metro no”, “si sales temprano claro, si sales tarde ya no hay carros”	“Es fácil”, “en carro, autobús.”	“Es fácil”, sí (es seguro), eso está abierto de día...”	“Es fácil”, “camioneta, en metro”	“Es fácil”, “en carro o caminando”, “Del Zoológico El Pinar si supe hace poco que se estaban presentando robos ahí adentro, o sea, la gente que está paseando, caminando, como es tan solo... muy poca gente también lo frecuenta., porque la gente ha dejado de frecuentar todo”		“Es fácil”, “está en la vía”

Sobre los servicios en el espacio cultural escogido	En cuanto a entradas: "La misma gente de la hacienda como que estaba demasiado desvinculada y no maneja la información"; "sí" hay estacionamiento. "no" estoy satisfecho con la atención al público; "es cómodo"; en aspectos técnicos: "para lo que hace la Hacienda está bien"	Sobre el estacionamiento: "Al frente hay un espacio en la calle para parar"; "está bien" la atención al público; "sí" es cómodo	Es fácil" adquirir las entradas; "no" está satisfecha con la atención en el cine; "sí" es cómodo; "sí" se pueden adquirir alimentos y bebidas	"Hace falta gente como nosotros" en cuanto a la atención al público	En cuanto a entradas: "No, yo no me entero de cosas qué hacen en la Hacienda La Vega"; "sí", es cómodo.; "Hay estacionamiento pero es limitado"	Es fácil" adquirir las entradas; "No hay personal del parque, está solo. Uno no sabe ni siquiera que es ese pájaro y el cartel está deteriorado pues..."; "solo hay cotufa", "no" es cómodo.	"En el San Martín no hay conocimiento de las obras, los grupos, no hay nada que te pueda decir qué es lo que hay. Cuánto cuesta, aunque creo que es bajo ". "El servicio de estacionamiento... yo que tengo carro, ninguno está bien. Hay un estacionamiento al lado pero yo no paro mi carro ahí. Ni en el zoológico tampoco, es peligrosísimo. Ni en los centros comerciales vale la pena parar". El Teatro San Martín: Es cómodo a pesar de que es pequeño, tiene su aire acondicionado, un cafetín donde puedes tomarte algo ahí, un perrito... no de muy buena calidad pero..."	Es fácil" adquirir las entradas; "sí" hay estacionamiento; "está bien" la atención al público, "sí", es cómodo; "a mí no se me ha mojado el pantalón (en el cine) pero sí considero que está bastante cochino, muy sucio..."	En cuanto a las entradas: "El espacio es privado" (Hacienda La Vega); sobre la atención al público: "Antes te iluminaban la caminería (Zoológico El Pinar). Bueno, como pasó en el metro". La Hacienda La Vega "sí, es cómoda". "Ya en el zoológico se están muriendo todos los pájaros"
Sobre las actividades culturales en el espacio cultural	Sobre actividades para diversos públicos: "La Hacienda La Vega no, por ejemplo, este formato de CineJardín tiene películas de alto contenido intelectual, de autor, independiente...", "pienso que es un espacio que se podría explotar 90% más de lo que se hace"	"Sí" son actividades para diversos públicos, "no hay suficientes actividades"	"Tú escoges la película y ya sabes"	"En el caso de La Católica, si no tienes tu carnet simplemente no pasas o llevas una autorización previa", "no hay suficientes actividades"		"Sí" son para todo público, "claro, uno primero debe también informarse", "no hay suficientes actividades"	"En el teatro es una suerte, de que consigas una obra que te sorprenda...", "sí" empiezan puntual, "tiene mucho teatro infantil", "en el zoológico no hay nada que ver ya"		
Sobre el gasto en el espacio cultural	"Es económico"	"Claro que se pagaría más pero es por la zona"	"Ni el cine, es económico", "claro que se pagaría más pero es por la zona"				"No es costoso", "dependiendo de la obra y del grupo... pagaría más"		"El cine de Galerías es más económico que los demás"
Sobre la comunicación del espacio cultural	"Si tu quieres adquirir información previa de la actividad, incluso de primera mano en el espacio, el espacio (vigilantes y demás) están demasiado desvinculados", "en la Hacienda sí manejan las redes chévere pero de otra manera es"	"Afuera del Teatro San Martín ponen pendones, pero si no pasas por ahí... A eso le hacen propaganda allá, pero cuando hay fiesta en la casa de los ecuatorianos lo ponen por toda la avenida San Martín.	"Lo que pasa es que el INCRET no se conoce"	"De actividades y eso no estoy enterada de nada, porque ha cambiado y tengo muchos años sin ir."	"¿De qué me sirve que está al frente, si yo no me entero? En la Hacienda es imposible de otra manera que no sea redes", "pero afuera del teatro... si no pasas por ahí, ¿cómo te enteras?"		"No hay propaganda fuera", "en el cine sí porque está la cartelera. En el Teatro San Martín no..."		"Afuera del Teatro San Martín ponen pendones"

	imposible saber qué está pasando allí"	Sobre la Fundación Francisco Narváez: Ahora no sé. Tengo como 4 años sin ir, ya no sé si abren, antes abrían a las 9am y daban talleres".							
Recomendaciones para el espacio cultural	"Vincular la gerencia de la Hacienda La Vega con las actividades culturales, que si bien son privadas, exista una conexión real entre la Hacienda La Vega y esas producciones culturales. Para que la hacienda como espacio tenga conocimiento y pueda ofrecerle a la gente una comunicación buena"	"Hay muchas cosas que se pueden hacer. Es cuestión de uno tomar ese espacio, siempre con la vigilancia, con la policía porque Chacao es una parroquia, municipio, lo que sea, también con peligro"		"¿No habría una manera de rescatar la zarzuela y a la opereta?"	"En la Hacienda como que se debería usar más el espacio para más cosas"	"Vialidad peatonal	"Del Teatro San Martín, mejoraría... le pondría estacionamiento. Porque quizá el público que quizá va, no lo necesita. El horario debería ser mucho más temprano, para que la gente pueda ir."		"La diferencia de gustos, para acá hay que hablar de esas cosas"
Imaginario sobre la parroquia	"Con más actividad, más viva, sobre todo en las noches"	"Más actividad cultural"	"Segura y limpia"	"¡Eso! Más viva"	"Segura y limpia"		"Limpia, segura."		

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La aproximación a un análisis de la demanda de un producto o servicio en particular, a través de la investigación de mercados, requiere una revisión previa de la oferta para registrarla y ponerla al servicio de las opiniones, expectativas y propuestas de los consumidores. La situación mercadotécnica específica (espacios culturales) no se ha estudiado, ni documentado previamente, lo cual implica un trabajo previo de recolección y procesamiento de datos que permitan la elaboración de un registro o base de datos sobre el mercado del servicio de espacios destinados a la recreación cultural. Con base a los resultados obtenidos tras la creación de la base de datos de espacios culturales es posible determinar las siguientes conclusiones:

- Existen pocos espacios culturales institucionalizados en las parroquias consideradas en el estudio; especialmente en la Parroquia San Juan y La Vega. Sin embargo, en estas parroquias los espacios no convencionales y las alternativas de calle parecen soluciones viables para dar frente a la falta de infraestructura.
- Solo existen un par de cines que atiendan a las tres parroquias simultáneamente; una sala de exposiciones en el Centro Cultural Padre Guillermo Plaza (UCAB) y un museo histórico-militar en la mansión Villa Zoila; solo hay una biblioteca pública (Biblioteca Central Felipe Guevara Rojas) y una biblioteca privada en el Centro Cultural Padre Guillermo Plaza (UCAB). Este resultado representa un dato crítico para garantizar la diversidad y pluralidad de la oferta, así como la posibilidad del acceso masivo.
- Los espacios no convencionales tales como parques y plazas actualmente no prestan un servicio de recreación cultural fijo que pueda categorizarlos como espacios activos culturalmente, salvo la Hacienda La Vega. No obstante, entre esos espacios se pueden destacar las

iniciativas culturales que se han intentado promover en el Parque La Paz (y en su concha acústica).

- Las principales dificultades de los gerentes culturales consultados se centran en la comunicación y la falta de desarrollar planes de mercadeo cultural, la incapacidad de conectar con la comunidad, la imposibilidad de medir a cuántas personas, en promedio, impactan, así como la inconstancia en crear mecanismos de evaluación de gustos y opiniones de las personas que frecuentan los espacios.
- Los espacios culturales universitarios se ven limitados culturalmente porque la inversión de recursos aún no es suficiente como para masificar su alcance más allá del público interno cautivo.
- No es común que existan intercambios entre espacios culturales, sin importar la cercanía de un espacio y otro.
- Es común encontrar oferta de alimentos y bebidas dentro o cerca de los espacios culturales.
- Para el oeste, el acceso entendido como transporte no resulta un problema, a pesar de la calidad del servicio; salvo para los vecinos de la urbanización Montalbán, quienes se quejan de las rutas de transporte de los autobuses y metrobuses.
- La crisis socioeconómica de Venezuela ha afectado, en menor o mayor medida, el mantenimiento y desarrollo de innovación en las infraestructuras culturales.
- La falta de oferta cultural cerca de casa puede obligar a los vecinos a una movilización fuera de la parroquia, en busca de mejores opciones de recreación cultural. O, también, a encontrar sustitutos directos (consumo en casa de productos culturales) o indirectos (visitar centros comerciales o salir a comer) para su entretenimiento.

Al conversar con los vecinos de las parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega se pueden encontrar conclusiones que brindan una aproximación hacia cómo son sus expectativas de uso y apropiación de los espacios culturales:

- Los vecinos coinciden en estar siempre muy ocupados, pero eso también les genera mucho estrés y necesidad de escapar de la rutina. Ven en los productos y servicios culturales una forma ideal.
- Todos señalaron usar productos culturales de manera frecuente, como la lectura, ver contenidos en Internet o escuchar música, pero consumen servicios culturales (ir a espacios) con menor frecuencia, a pesar de que sus actividades culturales favoritas requieren de la visita al espacio.
- Los participantes valoran ampliamente el poder de la cultura, a pesar de que no asignan ni planifican un presupuesto en productos y servicios culturales. Sus gastos en el rubro son emocionales.
- La mayoría de los participantes no es capaz de conocer gran parte de las infraestructuras culturales de su parroquia, a pesar de que hayan sido fundadas desde hace más de 20 años.
- Los vecinos esperan que un espacio cultural sea seguro, no solo durante la actividad sino al salir de ella. Varios comentan que este factor es crucial para que ellos puedan establecer prácticas culturales incluso en espacio público. Para ellos la seguridad se mide por variables como iluminación, presencia de policías, programación constante, accesibilidad y horarios adecuados.
- Los vecinos prefieren asistir a actividades culturales cerca de casa, pero al no tener una programación recurrente ni un contenido relevante para ellos, se ven en la necesidad de trasladarse siempre hacia otras zonas e, incluso, otros municipios que sí suplen estas carencias.
- Los participantes reconocen fallas en la difusión de información de los espacios y plantean alternativas para solventarlas. La mayoría resalta el poder de las redes sociales y el Internet como herramienta de comunicación clave.
- Los vecinos ven el disfrute de la visita a un espacio cultural como una actividad social en la que incluyen grupos pequeños de amigos o familiares para compartir la experiencia. Incluso antes o después de la actividad.

- La mayoría desconoce la existencia de políticas culturales en su parroquia.
- Los vecinos consultados también creen que es importante apoyar y educar en cultura. Que el Estado, la empresa privada y todos los sectores, incluso el ciudadano, invierta tiempo y recursos en actividades culturales más accesibles y positivas para sus parroquias.
- Los vecinos imaginan su parroquia desde la nostalgia y la crítica: la mejora del espacio público se traduce en una mejor percepción del lugar en dónde viven. También creen que es importante invertir en cultura (de hecho, la mayoría estaría dispuesto a pagar más de lo que pagan en impuestos si les aseguran que ese dinero irá en pro de más actividades y mejoras de la infraestructura).

Si contrastamos el panorama expuesto con la teoría del factor de proximidad de las políticas culturales, podemos desarrollar las siguientes conclusiones:

- El factor “proximidad” fue entendido en esta investigación como la posibilidad de integrar e incluir al territorio con la gobernanza y el público en la formulación de políticas culturales locales. Tanto expertos, como gerentes culturales y vecinos indagaron sobre ese factor, desde sus críticas, expectativas e imaginarios, al hablar de necesidad de integrar o sumar los esfuerzos e impulsar una movida o movimiento cultural. El factor común gira en torno a la inclusión, antes que al aislamiento de iniciativas, actividades y espacios culturales. Ejemplo de ello está en la propuesta impulsar espacios no convencionales (con alto índice de apropiación o tránsito, es decir, espacios culturales simbólicos) hacia un fin cultural. O en la importancia de entender el fin comunitario del arte, como en la filosofía de teatro y comunidad del Teatro San Martín.
- La Alcaldía del Municipio Libertador no aplica la lógica de la teoría del factor de proximidad de las políticas culturales, dado que no ponen el

foco en elaborar políticas e iniciativas culturales pensando en el público y en el territorio donde viven.

- La gobernanza es acusada por expertos y vecinos por una política para “llenar estadísticas” o, bien, para hacer propaganda política en momentos estratégicos para su gestión.
- El público está desatendido en la medida en que no hay suficientes espacios cerca de su entorno físico, ni tampoco una programación cultural permanente.
- El territorio, por su parte, también está desatendido porque las políticas diseñadas son aisladas: se recuperan espacios pero no se mantienen, la urbanidad y vialidad está descuidada y se usa muy poco el espacio público, desde una planificación cultural y de urbanidad, para actividades culturales.
- Las políticas y/o actividades promovidas están segmentadas o segregadas por fines distintos a la cultura; esto se manifiesta desde el hecho de dividir la ciudad en este-oeste y de hacer subdivisiones por urbanizaciones, al no invertir en realizar actividades culturales en Montalbán pero sí en otros sectores como La Vega. En lugar de promover valores como diversidad, igualdad e inclusión desde la cultura.
- La inaccesibilidad de un espacio es capaz de limitar a un grupo de vecinos, rompiendo con la posibilidad de integrar y aproximar a las personas en la cultura. Esta inaccesibilidad está pensada en términos de territorio (seguridad, transporte, distancia del lugar del hogar) y en términos de comunicación (falta de difusión, principalmente). Esta interacción de territorio-comunicación es fundamental para fomentar el acceso a la cultura.
- El desafío que se plantea la ciudad Caracas, en términos de planificación y políticas culturales, es el de elaborar planes de cultura centrales (para la ciudad) que concentren las iniciativas más locales (parroquias) en un mismo movimiento cultural. Hasta el momento, las

iniciativas son aisladas e improvisadas, salvo las que realiza el municipio Chacao, basadas en una planificación escrita y difundida.

Finalmente, la consecución de estos objetivos específicos nos permite dar luces sobre el análisis de la demanda de espacios culturales en el oeste del Municipio Libertador de Caracas, específicamente en las parroquias San Juan, El Paraíso y La Vega. En este sentido, se desarrollarán a continuación las premisas generales más importantes a las que logramos aproximarnos durante el desarrollo de esta investigación de mercados:

- El Municipio Libertador es un territorio amplio y complejo en términos socioculturales. En general, no parece presentar problemas de inaccesibilidad, aunque sí se puede señalar que existen limitaciones importantes para la movilización de los vecinos del oeste: la inseguridad, la incomunicación y el transporte cuando es ineficiente e insuficiente para atender todas las rutas y horarios.
- El Municipio Libertador es un municipio muy urbanizado, principalmente con una población de clase media y baja, con zonas populares (barrios, mercados y bulevares), centros comerciales, parques y plazas.
- En términos de infraestructuras culturales institucionalizadas (teatros, salas de cine, museos, bibliotecas, centros culturales, etc.) el oeste del municipio estudiado no cuenta con una gran dotación en infraestructura convencional. No obstante, sí existen espacios no convencionales que pueden potenciarse para fines culturales.
- Los vecinos suelen ser personas muy ocupadas pero, en su mayoría, parecen entender la importancia que tiene la recreación y educación cultural en sus vidas y en el desarrollo de su ciudad. Suelen preferir moverse cerca del sitio donde viven pero también toman decisiones de acuerdo a su gusto y emocionalidad, lo cual podría aprovecharse para convertirlos en espectadores asiduos.
- La situación económica parece ser una barrera para la cultura, ya que las personas en un ambiente económico hostil no son capaces de

planificar adecuadamente sus presupuestos y suelen dejar de lado los gastos en recreación.

- Las demandas de los vecinos giran en torno a dos grandes vertientes: seguridad y programación. En la medida en que los tres sectores puedan suplir ambas demandas, se puede atacar la raíz de los problemas de los vecinos.
- Los vecinos tienen valoraciones positivas sobre la política y gestión cultural del Municipio Chacao. Conviene revisar cuáles proyectos podrían replicarse efectivamente en el Municipio Libertador.
- La cultura sí parece estar ligada tanto a la calidad de vida como a la rutina diaria de los vecinos del oeste, ya que la mayoría desearía conocer e involucrarse más en iniciativas y proyectos culturales cerca de la zona donde viven. Si se hace un trabajo integral en cultura, es probable que esta inunde la rutina de los vecinos.
- Cuando los vecinos no encuentran opciones accesibles para la recreación cultural, suelen buscar sustitutos que no necesariamente tengan fines culturales o implique la visita a un espacio específico. Este fenómeno puede crear a una sociedad más individual y aislada, que prefiera el entretenimiento en casa antes que salir a un espacio cultural.
- La inversión pública (especialmente en materia cultural) no es muy visible para los vecinos del oeste, aunque sí son capaces de reconocer logros e iniciativas culturales de la administración pública en otras zonas de la ciudad (en el centro, principalmente).
- Finalmente, una de las principales necesidades evidenciadas durante esta investigación, versa en la posibilidad de integrar y aproximar a distintos sectores bajo un mismo fin. Esto pudiera traducirse en una necesidad de incorporar factores de proximidad, diversidad e inclusión en las esferas socioculturales del oeste del Municipio Libertador (e, incluso, la Gran Caracas).

6.2 Recomendaciones

A lo largo del desarrollo de este trabajo de investigación, han surgido diversas reflexiones que serán compartidas a modo de recomendaciones de parte de la investigadora para dar luces a futuras investigaciones sobre el tema:

- Se exhorta a los distintos agentes culturales del Municipio Libertador, con especial énfasis a los organismos oficiales del Estado, a hacer una evaluación exhaustiva de las posibilidades de incorporar políticas culturales locales, guiadas por gestores culturales.
- Es importante animar a los investigadores a desarrollar estudios enfocados al objeto de la demanda cultural porque implica una integración de los distintos actores del mercado cultural con el fin de indagar en las necesidades directas de los consumidores ante aspectos que están íntimamente desarrollados al consumo cultural, a pesar de no ser de índole cultural.
- Tal y como mencionaron los expertos durante el desarrollo de la investigación, es fundamental que todo investigador o curioso de la gestión cultural se anime a emprender proyectos que nutran el espectro de la gestión cultural en Venezuela, no solo desde el aporte teórico sino también desde la práctica e, incluso, el ensayo y error.
- Del mismo modo, el mercadeo cultural es una rama poco estudiada -y hasta estigmatizada- en Venezuela, por ello, es conveniente que más investigadores sigan explorando sus características, conociendo sus herramientas y diseñando estrategias enfocadas a este mercadeo especializado.
- Este estudio podría ampliarse, bajo una metodología similar, a la parroquia Sucre del Municipio Libertador de Caracas o a otras parroquias de municipios como Baruta o Sucre.
- La categorización y el procesamiento de datos a través de fichas de espacios culturales y tablas de contenido son herramientas eficaces para evaluar la distribución espacial de la infraestructura cultural en el

territorio y crear productos comunicacionales como directorios y mapas culturales.

- La creación de una base de datos y, en consecuencia, un mapa cultural es fundamental para formalizar la evolución de la gestión cultural y la elaboración de políticas culturales.
- Quizá sea oportuno que los distintos agentes culturales de la ciudad (de los tres sectores) se reúnan a realizar iniciativas ciudadanas que arropen gran parte de la ciudad, siguiendo una agenda planificada, constante y bien difundida, tales como festivales o encuentros artísticos importantes. Mientras que cada parroquia diseña su propia programación permanente en los espacios reglados y no-reglados de su territorio.
- Asimismo, se recomienda a los organismos oficiales una revisión de la Agenda 21 de la cultura, junto al resto de agentes culturales, para promover políticas diseñadas bajo la lógica de esa metodología. La “proximidad” parece ser un factor clave para solucionar los problemas identificados por expertos, gerentes y vecinos durante esta investigación.
- Se requiere de investigadores con herramientas comunicacionales y cartográficas para la correcta elaboración del mapeo cultural.
- Dado que la cultura es un tema de gran complejidad, se recomienda revisar constantemente los objetivos de la investigación con base a los recursos y limitaciones de tiempo, dinero y posibilidad de alcance de la investigación para poder reinterpretar el abordaje metodológico.
- El grupo focal si es bien es una técnica interesante y profunda en el abordaje, no es el instrumento más recomendable para desarrollar estudios masivos. Sin embargo, las entrevistas exhaustivas son un método recomendable para cualquier investigación que pretenda dar una aproximación sobre el estado actual de la cultura.

BIBLIOGRAFÍA

AGETEC/ Ministerio de Cultura del Gobierno de España. (2008). *La promoción del gestor cultural*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio Web AGETEC: <http://www.agetec.org/ageteca/profesion.htm>

Alcaldía de Caracas. (s.f.). *Ente*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de FUNDARTE: <http://www.fundarte.gob.ve/ente.html>

Alcaldía de Caracas. (s.f.). *Municipio - Alcaldía de Caracas*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de la Alcaldía de Caracas: <http://www.caracas.gob.ve/alcaldiaDeCCS/inicio/municipio/municipio>

Alcaldía Metropolitana. (27 de Marzo de 2016). *¿Planificación Urbana en peligro de extinción?* Recuperado el 21 de Agosto de 2016, de sitio Web Plan Caracas 2020: <http://www.plancaracas2020.com/plan/?p=2788>

Alcaldía Metropolitana. (s.f.). *Área Metropolitana de Caracas*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de la Alcaldía Metropolitana de Caracas: <http://alcaldiametropolitana.gob.ve/portal/index.php/alcaldia-metropolitana/area-metropolitana-de-caracas>

Ben Andrés, Luis. (2014). *Políticas Culturales*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Manual Atalaya de apoyo a la gestión cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/politica-cultura/politicas-culturales>

Bernat, L., Mora, J. J., & Zuluaga, B. (2012). La elasticidad ingreso del consumo cultural en Cali. *Revista de Economía Institucional*, 165--192.

Blanco Díaz, J. M. (24 de Julio de 2015). *Maduro: El pueblo ha enfrentado con paciencia la guerra económica*. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de sitio Web del Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información: <http://minci.gob.ve/2015/07/maduro-el-pueblo-ha-enfrentado-con-paciencia-la-guerra-economica/>

Bonet, L. (2005). *Industrias culturales, indicadores y globalización: ¿Cómo construir indicadores de desarrollo cultural?* Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Sistema de Información Cultural en México: http://sic.conaculta.gob.mx/centrodoc_documentos/67.pdf

Cardona, D., & Agudelo, H. B. (2 de Junio de 2005). *Construcción cultural del concepto calidad de vida*. Recuperado el Junio de 2015, de sitio Web Scielo: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-386X2005000100008&script=sci_arttext

Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza. (s.f.). *¿Quiénes Somos?* Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de sitio Web de Centro Cultural Padre Carlos Guillermo Plaza: <http://centrocultural.ucab.edu.ve//inicio/quienes-somos.html>

Colbert, F., & Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Grupo Planeta.

Comisión de Cultura de la Federación Española de Municipios y Provincias. (2003). *Guía de Estándares de los equipamientos culturales en España*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Federación Española de Municipios y Provincias: http://femp.eu/Portal/Front/Atencion_al_asociado/BuenasPracticasDetalle/_Q416TFyB0rLgu8lbp07Kmt1VGUHEBO453fY3z57JrhMcdIxOV0mMSm0LYODeZXg6MaTkKPUOrsAauQFOsXjKJ5xjgwoH9uaOaK3axaxa28z0Der1ZvkFMr1vwuL B4-J15Fe4eYhovEA

Comité de la Sección de Bibliotecas Públicas de la IFLA. (Abril de 2001). *Directrices IFLA/UNESCO para el desarrollo del servicio de bibliotecas públicas*. Recuperado el 04 de Febrero de 2016, de sitio Web de IFLA: <http://www.ifla.org/files/assets/hq/publications/archive/the-public-library-service/pg01-s.pdf>

Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Colombia. (Mayo de 2011). *Guía Introducción a la Gestión e Infraestructura de un Centro Cultural Comunal*. Recuperado el Junio de 2015, de sitio Web Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Colombia: <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2013/04/guia-introduccion-a-la-gestion-e-infra.pdf>

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999, 30 de diciembre). Gaceta Oficial de la República, N° 36.860. [Extraordinaria], Marzo 24, 2000.

Contreras, F., Burotto, J., & Antonioletti, M. (2010). *Aproximación teórica a las organizaciones del tercer sector*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio Web Scielo: http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-00062010000100003&lng=es&nrm=i

Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO. (20 de octubre de 2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones*

Culturales de la UNESCO. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>

Del Álamo Nuñez, E. (2014). *Los espacios de la cultura*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2015, de sitio Web Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-cultural/espacios-cultura>

Del Álamo Nuñez, E. (2014). *Los espacios formales y reglados*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Manual Atalaya de Apoyo a la Gestión Cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/gestion-cultural/espacios-formales-reglados>

Declaración Universal de los Derechos Humanos. Resolución 217 A (III) de la Organización de las Naciones Unidas, París, Francia, 10 de diciembre de 1948.

Fonisol. (s.f.). *Municipios y Parroquias de Caracas*. Recuperado el 5 de Agosto de 2016, de sitio Web de Fonisol: <http://www.fonisol.com/es/venezuela/caracas/mapa-municipios-caracas.htm>

Fundación Francisco Narváez. (2015). *Fundación Francisco Narváez*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de Fundación Francisco Narváez.

Fundación Polar. (1999). *Ciudad, públicos y consumo cultural*. Caracas: Fundación Polar.

FUNDARTE. (s.f.). *Teatro Alí Gómez García*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de FUNDARTE: <http://fundarte.gob.ve/32-teatro-ali-gomez-garcia/69-teatro-ali-gomez-garcia.html>

FUNDARTE. (s.f.). *Teatro San Martín*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web del Festival de Teatro de Caracas: <http://www.festivaldeteatrodecaracas.org.ve/teatros/86-teatro-san-mart%C3%ADn.html>

García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.

García Canclini, N. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En G. (. Sunkel, *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Gobierno del Distrito Capital. (s.f.). *El Paraíso*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de Gobierno del Distrito Capital: http://www.gdc.gob.ve/content/site/module/pages/op/displaypage/page_id/459/format/html/

Gobierno del Distrito Capital. (s.f.). *La Vega*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de Gobierno del Distrito Capital: http://www.gdc.gob.ve/content/site/module/pages/op/displaypage/page_id/447/format/html/

Gobierno del Distrito Capital. (s.f.). *San Juan*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web del Gobierno del Distrito Capital: http://www.gdc.gob.ve/content/site/module/pages/op/displaypage/page_id/452/format/html/

González Ordosgoitti, E. (1997). *El Laberinto Cultural Venezolano*. Caracas: Fondo Editorial Tropykos/CISCUVE/CONAC.

Gonzalez, J. A. (11 de Marzo de 2013). *Tulio Hernández: "Estos 14 años tienen todas las de perder"*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web El Universal: <http://www.eluniversal.com/arte-y-entretenimiento/130311/tulio-hernandez-estos-14-anos-tienen-todas-las-de-perder>

Guerrero, O. (1997). *Principios de administración pública*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio Web Biblioteca digital del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa: <http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/csa/principio/leccion1.html#definicion>

Guzmán Cárdenas, C. (2013). Economía y Política Cultural en Venezuela. Revisión y perspectivas. *Anuario ININCO* , 225-270.

Guzmán Cárdenas, C. (s.f.). *Las nuevas síntesis urbanas de una ciudadanía cultural (La ciudad como objeto de consumo cultural)*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de la Organización para los Estados Americanos: <http://www.oei.org.co/sintesis.htm>

Hacienda La Vega. (s.f.). *Hacienda La Vega*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de Hacienda La Vega: <http://www.haciendalavega.com/>

Hernández, T. (Septiembre de 2003). *La investigación y la gestión cultural de las ciudades*. Recuperado el 5 de Mayo de 2016, de sitio Web de la Organización de Estados Iberoamericanos: Pensar Iberoamérica: <http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric04a03.htm>

INCRET. (s.f.). *INCRET: Nosotros*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web del INCRET: <http://www.incret.gob.ve/index.php/nosotros>

Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO 2009*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2015, de sitio Web de UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001910/191063s.pdf>

Instituto Pedagógico de Caracas. (s.f.). *Coord. de Extensión Socio-Cultural*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de Instituto Pedagógico de Caracas: <http://www.ipc.upel.edu.ve/index.php/coord-de-extension-socio-cultural>

Jiménez, L. (2006). *Políticas culturales y cooperación internacional para la diversidad y la equidad*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Pensar Iberoamérica de la Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric08a05.htm>

Kinncar, T., & Taylor, J. (2000). *Investigación de mercados*. Colombia: McGraw Hill.

Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico Akal de cine*. España: Ediciones AKAL.

Kotler, P. (1994). *Dirección de la Mercadotécnica. Análisis, Planeación, Implementación y Control* (Séptima edición ed.). México: Editorial Prentice Hall.

Kotler, P. (1967). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. Englewood Cliffs, Nueva Jersey: Prentice Hall.

Kozak Rovero, G. (2015). *Revolución Bolivariana: políticas culturales en la Venezuela Socialista de Hugo Chávez (1999-2013)*. Recuperado el 28 de Agosto de 2016, de sitio Web de Revistas Javerianas: <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cualit/article/view/11872>

La Nación. (10 de Agosto de 2016). *Ban Ki-moon: "En Venezuela hay una crisis humanitaria"*. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de sitio Web de La

Nación: <http://www.lanacion.com.ar/1926563-ban-ki-moon-en-venezuela-hay-una-crisis-humanitaria>

Lozada, M. (2008). *¿Nosotros o ellos? Representaciones sociales, polarización y espacio público en Venezuela*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2016, de sitio Web de SciELO: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-25082008000300006

Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados, cuarta edición*. México: Pearson Educación.

Martín-Barbero, J. (2002). *Políticas culturales: cuestiones claves del debate. Seminario*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web Mediaciones: <https://es.scribd.com/document/19241310/Seminario-Políticas-culturales-cuestiones-claves-del-debate>

Martinell, A. (1999). *Los agentes culturales ante los nuevos retos de la gestión cultural*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2015, de sitio Web Revista Iberoamericana de Educación: <http://www.rieoei.org/rie20a09.htm>

Martinell, A. (2014). *Los agentes de la cultura*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2015, de Manual Atalaya: apoyo a la gestión cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/agentes-cultura>

Meneses, D. (23 de Noviembre de 2009). *En el oeste cultura y recreación quedan lejos de la ciudadanía*. Recuperado el Junio de 2015, de sitio Web El Universal: http://www.eluniversal.com/2009/11/23/ccs_art_en-el-oeste-cultura_1663187

Ministerio de Cultura de la República de Colombia. (Enero de 2010). *Compendio de Políticas Culturales*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio Web Ministerio de Cultura de la República de Colombia: <http://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/Paginas/default.aspx>

Ministerio del Poder Popular para la Cultura. (Octubre de 2015). *1era Encuesta de Imaginarios y Consumos Culturales de Venezuela*. Recuperado el 2 de Mayo de 2016, de sitio Web de La Cultura Nuestra: <http://laculturanuestra.com/wp-content/uploads/2015/11/1era-Encuesta-Nacional-de-Imaginarios-y-Consumos-Culturales-de-Venezuela.pdf>

Observatorio Vasco de la Cultura. (1 de Enero de 2016). *El factor proximidad en las políticas culturales*. Recuperado el 15 de Mayo de 2016, de sitio Web

del Departamento de Educación, Política Lingüística y Cultura del Gobierno Vasco:

http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_argit_hurbiltas_un_fak_2015/es_def/adjuntos/factor_proximidad_politicas_culturales_2015.pdf

Observatorio Venezolano de la Violencia. (28 de Diciembre de 2015). *2015 Tasa de homicidios llegó a 90 por cada 100 mil habitantes*. Recuperado el 20 de Agosto de 2016, de sitio Web de Observatorio Venezolano de la Violencia: <http://observatoriodeviolencia.org.ve/2015-tasa-de-homicidios-llego-a-90-por-cada-100-mil-habitantes/>

Oficina de UNESCO en Montevideo. (Marzo de 2006). *El jardín de los senderos que se encuentran: Políticas públicas y diversidad cultural en el MERCOSUR*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001508/150824s.pdf>

Olmos, H. A. (2008). *Gestión cultural y desarrollo: claves del desarrollo*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2015, de sitio Web Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación del Gobierno de España: http://www.aecid.es/galerias/cooperacion/Cultural/descargas/Gestion_Cultural.pdf

Organización de las Naciones Unidas. (28 de Febrero de 2011). *Resolución aprobada por la Asamblea General: 65/166 Cultura y desarrollo*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de sitio web UNESCO: http://www.unesco.org.uy/ci/fileadmin/cultura/2011/UNGA_Res.65-166_es.pdf

Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. (20 de Marzo de 2015). *Cultura 21: Acciones*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de Agenda 21 Culture: http://www.agenda21culture.net/images/a21c/nueva-A21C/C21A/C21_015_spa.pdf

Politika UCAB. (25 de Mayo de 2015). *¿Se redimensiona la polarización en Venezuela?* Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de sitio Web de Politika UCAB: <https://politikaucab.net/2015/05/25/se-redimensiona-la-polarizacion-en-venezuela/>

Pose, H. M. (Abril de 2008). *Ciudad y acción cultural: acercamiento a un quehacer cívico-social*. Recuperado el 2016 de Mayo de 5, de sitio Web Laboratório de História do Esporte e do Lazer: <http://www.lazer.eefd.ufrj.br/animadorsociocultural/pdf/ac304.pdf>

Rausell, P., Abeledo, R., Carrasco, S., & Martínez, J. (1 de Enero de 2007). *Cultura. Estrategia para el desarrollo local*. Recuperado el 6 de Mayo de 2016, de Agencia Española de Cooperación Internacional: <http://www.aecid.es/galerias/cooperacion/Cultural/descargas/04-CulturaEstrategia.pdf>

Rodríguez Morató, Arturo. (2005). La reinención de la política cultural a escala local: el caso de Barcelona. *Sociedade e Estado* , 351-376.

Rodríguez, V. (3 de Enero de 2016). *Conozca las deudas que tiene el chavismo con la cultura*. Recuperado el 23 de Agosto de 2016, de sitio Web TalCual Digital: <http://www.talcualdigital.com/Nota/121549/conozca-las-deudas-que-tiene-el-chavismo-con-la-cultura>

Rodríguez, V. M. (s.f.). *Políticas Culturales y Textualidad de la Cultura: Retos y Límites de sus Temas Recurrentes*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/cultura2/vmrodiriguez.htm>

Rodríguez, Víctor Manuel. (s.f.). *Políticas Culturales y Textualidad de la Cultura: Retos y Límites de sus Temas Recurrentes*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web Organización de Estados Iberoamericanos: <http://www.oei.es/cultura2/vmrodiriguez.htm>

Sánchez Belando, M. V. (2015). Las Políticas culturales de proximidad en el paradigma de la ciudad creativa: el caso del programa de centros cívicos en la ciudad de Barcelona. *Política y Sociedad* , 52 (1), 125-152.

Sánchez Belando, M. V. (18 de Febrero de 2015). *Las Políticas culturales de proximidad en el paradigma de la ciudad creativa: el caso del programa de centros cívicos en la ciudad de Barcelona*. Recuperado el 23 de Mayo de 2016, de sitio Web Revistas Científicas Complutense: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/viewFile/45431/45676>

TeleSUR. (18 de Enero de 2016). *Venezuela y el reto de independizar su economía*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2016, de sitio Web de TeleSUR: <http://www.telesurtv.net/news/Venezuela-y-su-reto-frente-al-viejo-modelo-rentista-petrolero-20160118-0014.html>

Teruggi, M. (26 de Noviembre de 2015). *Encuesta sobre Imaginarios y Consumos Culturales: qué sucede con las artes escénicas y el cine*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de sitio Web del Ministerio del Poder Popular para la Cultura: <http://ministeriodelacultura.gob.ve/index.php/prensa/11->

prensaweb/actualidad/9348-encuesta-sobre-imaginarios-y-consumos-culturales-que-sucedo-con-las-artes-escenicas-y-el-cine

UNESCO. (2002). *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2015, de sitio Web de la UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>

UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Guía de Implementación*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2015, de sitio Web UNESCO: http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/guia_de_implementacion_iucd.pdf

UNESCO/OEI/IBERFORMAT. (2004). *Directorio iberoamericano de centros de formación en gestión cultural y políticas culturales*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2015, de sitio Web de la UNESCO: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001386/138686s.pdf>

Universidad Católica Andrés Bello. (s.f.). *Dirección de Cultura*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016, de sitio Web de la UCAB: <http://w2.ucab.edu.ve/cultura.html>

Universidad Católica Andrés Bello. (s.f.). *Nuestros proyectos*. Recuperado el 10 de Agosto de 2016, de sitio Web de Universidad Católica Andrés Bello: <http://w2.ucab.edu.ve/nuestros-proyectos.html>

Vera Azaf, B. (20 de Febrero de 2016). *Las cifras evidencian que la economía de Venezuela está entre las peores del mundo*. Recuperado el 30 de Agosto de 2016, de sitio Web de El Nacional: http://www.el-nacional.com/economia/cifras-evidencian-economia-Venezuela-peores_0_797320341.html

Wilpert, G. (8 de Diciembre de 2015). *Las raíces de la actual situación en Venezuela*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2015, de sitio Web de TeleSUR: <http://www.telesurtv.net/opinion/Las-raices-de-la-actual-situacion-en-Venezuela-20151208-0053.html>

ANEXOS

7.1 *Guía de entrevista a gerentes culturales*

Por favor, indíqueme su nombre y apellido, el cargo que desempeña y los espacios culturales que están a su cargo. Finalmente, señáleme sus años de servicio en esta organización. Muchas gracias.

A continuación, comencemos hablando un poco de los orígenes de este espacio cultural...

1. ¿Cuándo se fundó el espacio cultural?
2. ¿Cuál es la historia de su fundación?
3. ¿Cuál es el propósito del espacio cultural? (o la misión, visión, objetivos y valores)
4. ¿Cuántos años lleva funcionando el espacio cultural?
5. ¿La administración del espacio es pública, privada o pertenece a una ONG?
6. ¿Cree que ha sido una gestión satisfactoria, de acuerdo a sus objetivos?

Muy bien. Ahora, en cuanto a los aspectos técnicos y de funcionamiento, podría señálarle...

7. ¿Cuántas personas puede albergar el espacio cultural?
8. ¿En qué horario está operativo el espacio cultural?
9. ¿Cuáles días está operativo el espacio cultural?
10. ¿En qué tipo de transporte se puede acceder al espacio cultural?
11. ¿Tiene estacionamiento o servicio de valet parking?
12. ¿Cuántos empleados tiene el espacio cultural?
13. ¿De cuántos equipamientos y tecnología dispone? (En caso de ser gerentes de una plaza o parque, esta pregunta no es necesaria).
14. ¿Cómo es el tipo de mantenimiento que requiere?
15. ¿Con cuánta frecuencia se realiza este mantenimiento?
16. ¿Cuáles son las formas de contacto con el espacio cultural?

17. ¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados para difundir las actividades del espacio cultural?

Excelente. En cuanto a las actividades que aquí se realizan:

18. ¿Cuáles son los tipos de actividades culturales que se realizan en este espacio?

19. ¿Cuántas actividades se realizan mensualmente?

20. ¿Realizan otro tipo de actividades en el espacio cultural? Es decir, un uso no convencional. En caso de que no, ¿estarían interesados en realizar otras actividades distintas?

21. ¿Cuál es el rango de precios de las entradas a las actividades culturales?

En cuanto al público, podría responder...

22. ¿Hacia qué tipo de público están dirigidas sus actividades?

23. De los asistentes, ¿es el tipo de público esperado?

24. ¿De cuánto es el aforo, en promedio, durante cada actividad?

25. ¿Cuántas personas, en promedio, asisten mensualmente?

26. ¿Cuenta con cafés, restaurantes o kioscos para despachar alimentos y bebidas dentro o cerca del espacio cultural?

27. ¿Considera que la respuesta del público es positiva? En caso de no ser así, ¿cuál cree que sea la falla?

28. ¿Tienen (o han tenido) algún mecanismo de control para conocer las preferencias de su público? (Encuestas, Buzón de Sugerencias, etc.)

29. ¿Han recibido comentarios significativos de parte del público?

7.2 *Guía de entrevista a expertos*

Por favor, indíqueme su nombre y apellido y una breve descripción de su carrera (los cargos que desempeña actualmente, su labor en esta área de investigación, sus experiencias previas en Gestión Cultural, actividades culturales y áreas afines). En fin, una breve reseña que lo haría a Ud. experto en esta materia. Muchas gracias.

En un sentido más general, sobre la situación de espacios culturales en el oeste de Caracas (y comparando, quizá, con otras zonas del Municipio Libertador u otro municipio)...

1. ¿Cree que la recreación puede ser tan importante como una necesidad básica (seguridad, transporte, alimentación, vivienda, vestido, libre tránsito, educación, etc.?)
2. ¿Considera que las actividades culturales son importantes en la vida diaria de las personas?
3. ¿Cree que hay suficientes espacios en el oeste del Municipio Libertador para las actividades culturales?
4. ¿Considera que es fácil acceder a estos espacios?
5. ¿Qué espera de un espacio de recreación? ¿Cómo lo mejoraría?
6. ¿Qué busca en una actividad cultural?
7. ¿Qué espera usted de una política en materia cultural?
8. ¿Qué opinión tiene usted ante las políticas culturales parroquiales?
9. ¿Cree que los costos de entrada se corresponden con la calidad de las actividades?
10. ¿Considera que los horarios de las actividades son adecuados?
11. ¿Es fácil acceder a la información de la programación?
12. ¿Los gerentes de los espacios culturales hacen buen uso de los canales de comunicación?
13. ¿Cree que los canales de comunicación directa con los espacios culturales son efectivos? ¿Cuáles propone?

7.3 *Guía de discusión de grupo focal*

Bienvenidos y gracias por participar en este grupo de enfoque. Estamos muy interesados en escuchar sus opiniones sobre los espacios culturales que se encuentran en las parroquias del oeste del Municipio Libertador.

A continuación, les hago llegar un breve formulario sobre datos básicos. Por favor, rellénelos rápidamente para llevar el control de los participantes.

Mi nombre es Wendy Racines. Actualmente soy tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, el cual es un Estudio de mercado de la necesidad de recreación en espacios culturales del Municipio Libertador de Caracas (oeste). Hoy seré la moderadora de esta conversación. Desde mis inicios en la carrera, he sentido gran interés por la cultura y la ciudadanía, de alguna forma, esa inquietud me trajo hasta aquí. Vivo en El Paraíso desde hace más de 10 años y he observado, con curiosidad, como los vecinos de zonas suburbanas interactúan con actividades de tipo recreativo y cultural.

Esta investigación pretende dar luces para conocer la relación existente entre los espacios culturales de una zona en particular y los vecinos más cercanos a ellos, con la intención de evaluar y documentar propuestas de mejoras. Esta información será recopilada con fines académicos y no responde al interés de una empresa, organismo o institución en particular. La investigación abrirá un pequeño camino de exploración de la situación actual y asentará recomendaciones que puedan ser de utilidad para los gerentes de los espacios culturales, agentes culturales y otros profesionales responsables de la planificación urbanística y cultural de la ciudad de Caracas.

Los invitamos a participar porque ustedes viven en distintas zonas de la Parroquia X y muestran interés en asistir, al menos, una vez al año, a actividades de entretenimiento en espacios culturales convencionales (como salas de conciertos, auditorios, teatros, cines, bibliotecas, centros culturales, museos, etc.) y no convencionales (como plazas o parques).

¿Alguno de ustedes ha participado alguna vez en un grupo focal? Bien. Este tipo de técnica de investigación es, día tras día, más popular en todo el mundo, especialmente para investigar fenómenos en consumidores y usuarios de productos y servicios. En el área de Cultura y Entretenimiento, también es común usar este tipo de herramienta, dado que le permite al investigador obtener una información mucho más detallada, rica y precisa sobre un tema tan amplio y subjetivo, a través de un grupo de personas que fungen como representantes de una mayoría. Esta técnica permite evaluar opiniones desde una perspectiva más humana y dedicada, en comparación con la encuesta o el cuestionario; ya que son métodos más cerrados e impersonales.

- Los grupos focales nos permiten aprender más, gracias a ustedes, incluso a redirigir aspectos de la investigación que puedan volverse prioritarios tras esta conversación.
- No buscamos consensos, ni pretendemos juzgar una u otra opinión. Nuestra intención es recabar la mayor información que ustedes puedan comunicar.
- En este estudio, estamos realizando otros grupos focales en el resto de parroquias cercanas y, también, entrevistas a los directores y responsables de espacios culturales, para tener una visión interna e institucional de su funcionamiento.

LOGÍSTICA

- Estimamos que esta reunión tendrá una duración aproximada de dos (2) horas.
- Siéntanse libres de moverse y pedir la palabra cuando lo deseen.
- El baño está en _____. Y la salida en _____.
- A su alcance, tienen agua/jugo/café; así como hojas y bolígrafos si desean anotar algo en particular.

REGLAS DE JUEGO

- Todos deben participar, de manera relajada e informal.
- Es mejor escuchar a una sola persona a la vez, se puede hacer un gesto (como alzar la mano) para pedir la palabra sin interrumpir.
- La información generada debe ser respetada y de carácter confidencial. Esta responsabilidad incluye tanto al equipo de investigación como a los participantes.
- Si Usted tiene alguna pregunta, no dude en realizarla en cualquier momento.
- No hay respuestas correctas o incorrectas, ni ninguna opinión es mejor que otra. Respetar cada una será una clave importante durante esta conversación.
- Siéntase libre de diferir ante alguna opinión o postura emitida por alguien del grupo; el no cuestionamiento puede registrarse como un consenso.
- Manténgase atentos a la conversación del grupo y, por favor, no generen conversaciones paralelas entre ustedes.
- Si es posible, apaguen sus teléfonos o manténgalos en Silencio o Modo Avión.
- Siéntanse cómodos y diviértanse.

¿Alguien tiene alguna pregunta o inquietud adicional? ¡Empecemos!

COMENZAR A GRABAR EL GRUPO FOCAL

INTRODUCCIÓN (5 MINUTOS)

Me gustaría comenzar conociéndonos un poco, en una ronda a la mesa. Vamos a ir de uno en uno, por favor, respondiendo:

Datos personales

¿Cuál es su nombre? ¿Qué edad tiene? ¿En qué trabaja? ¿Dónde vive?
¿Cuánto tiempo tiene viviendo allí? ¿Cuál es su actividad cultural favorita?

INTERCAMBIO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS GENERALES (80 minutos)

Hábitos diarios y tiempo libre

1. ¿Cómo son sus ocupaciones diarias?

Preguntas de sondeo: ¿Cuáles actividades desarrolla durante el fin de semana?

2. ¿Qué tipo de actividades realiza en su tiempo libre?
3. ¿Cuánto tiempo le dedica a actividades relacionadas con la cultura (leer, ver películas, escuchar música, ir a eventos culturales, etc.)?
4. ¿Ha desarrollado otras actividades u oficios adicionales a su carrera? (pintor, cocinero, cantante, etc.)?

Preferencias de espacios culturales

5. Cuando quieres ir a una actividad cultural, ¿adónde sueles ir?

Preguntas de sondeo: ¿Por qué?

6. ¿Prefiere asistir a una actividad cultural cerca de su domicilio?

Preguntas de sondeo: ¿Por qué?

7. ¿Cuáles tipos de espacios culturales prefiere para asistir a una actividad cultural? Por ejemplo: Teatros, Salas de Conciertos, Cines, Bibliotecas, Auditorios, Parques, Plazas, Museos, etc.

Preguntas de sondeo: ¿Cuáles motivos lo llevan a asistir a una actividad cultural?

Frecuencia y días preferidos para asistir

8. ¿Con cuánta frecuencia visita espacios culturales?

Preguntas de sondeo: ¿En cuáles días de la semana suele ir a una actividad en espacios culturales?

Preferencia de Horarios

9. ¿Cuál es el rango de horario en el que prefiere asistir a una actividad cultural?

Preguntas de sondeo: ¿Por qué?

Tiempo invertido en el espacio cultural

10. ¿Cuánto tiempo invierte en cada visita al espacio cultural?
11. ¿Cuáles actividades realiza al salir a visitar un espacio cultural?

Medios de transporte al espacio cultural

12. ¿Qué tipo de medio de transporte prefiere para asistir al espacio cultural?

Preguntas de sondeo: ¿Por qué? ¿Considera que es fácil acceder a estos espacios?

Oferta de alimentos y bebidas

13. ¿Está satisfecho con la oferta de Alimentos y Bebidas cercana a los espacios culturales?
14. Cuando asiste a un espacio cultural, ¿cuánto suele gastar en alimentos y bebidas?

Inversión en espacios culturales

15. En un rango de precios, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar por cada actividad cultural?

Preguntas de sondeo: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por asistir mensualmente a espacios culturales?

Preferencia de compañía

16. ¿Con quién asiste a los espacios culturales?
17. En general, ¿prefiere asistir solo, en pareja, grupos pequeños o grupos grandes de amigos, compañeros o familiares a las actividades culturales?

Fuentes de consulta y comunicación

18. ¿A quiénes consulta sobre el espacio o las actividades culturales antes de asistir?
19. ¿Usa canales de comunicación directa con el espacio cultural?
¿Cuáles?
20. ¿Cree que los canales de comunicación directa con los espacios culturales son efectivos?
21. ¿Cómo suele recibir información sobre la programación del espacio cultural?

Expectativas sobre recreación cultural

22. ¿Qué busca en una actividad cultural?
23. ¿Qué espera de un espacio de recreación?
24. ¿Cree que la recreación puede ser tan importante como una necesidad básica (seguridad, transporte, alimentación, vivienda, vestido, libre tránsito, educación, etc.)?

Preguntas de sondeo: ¿Por qué?

Oferta de espacios culturales

25. ¿Cree que hay suficientes espacios, cerca de su casa, para las actividades culturales?

Expectativas sobre políticas culturales

26. ¿Qué opinión tiene usted ante las políticas culturales de su parroquia?

27. ¿Qué espera usted de una política en materia cultural?

INTERCAMBIO DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS SOBRE ESPACIOS CULTURALES DETERMINADOS (30 MINUTOS)

Se les entregará una breve encuesta a los participantes para que señalen cuáles espacios identifica como lugares de uso cultural, incluso si no los han visitado antes. A partir de ese intercambio, se realizarán preguntas específicas sobre su experiencia asistiendo a espacios culturales dentro del oeste del Municipio Libertador. Deben escoger uno o dos espacios de los identificados para responder las siguientes interrogantes, especificando sobre cuál espacio está hablando.

Acceso al espacio cultural escogido

28. ¿Ha asistido a actividades recreativas en espacios culturales en el oeste de Caracas? Indique cuál(es)

29. ¿Es fácil ir hasta ese espacio cultural?

30. ¿Cuáles medios de transporte debe usar para llegar hasta él?

31. ¿Es seguro asistir a ese espacio?

32. ¿Recomendaría este espacio cultural a sus allegados?

Sobre los servicios en el espacio cultural

33. ¿Es fácil adquirir las entradas para las actividades culturales?

34. ¿Está satisfecho con el servicio de estacionamiento o valet parking?

35. ¿Está satisfecho con la atención de los empleados?

36. ¿Está satisfecho con la comodidad del espacio?

37. ¿El espacio cumple sus expectativas técnicas en cuanto a comodidad, sonido, luces u otros equipamientos?

38. ¿Se pueden adquirir alimentos y bebidas cerca o dentro del espacio cultural?

Sobre las actividades culturales en el espacio cultural

- 39. ¿Considera que los horarios de las actividades son adecuados?
- 40. ¿Las actividades empiezan puntualmente?
- 41. ¿Las actividades culturales satisfacen sus expectativas?
- 42. ¿El espacio cultural ofrece actividades para diversos públicos?
- 43. ¿Cómo calificaría las actividades que presenta el espacio cultural?
- 44. ¿Son suficientes actividades durante el mes?

Sobre el gasto en el espacio cultural

- 45. ¿Es costoso asistir a este espacio cultural?
- 46. ¿Cree que los costos de entrada se corresponde con la calidad de las actividades?

Sobre la comunicación del espacio cultural

- 47. ¿Es fácil acceder a la información de la programación?
- 48. ¿Los gerentes de los espacios culturales hacen buen uso de los canales de comunicación?
- 49. ¿De qué manera quisiera recibir la información de la programación de los espacios culturales?

Recomendaciones para el espacio cultural

- 50. ¿Cuáles aspectos mejoraría del espacio cultural?

Imaginario sobre la parroquia

- 51. Si ustedes imaginaran una parroquia ideal, ¿cómo sería la parroquia dónde viven?

7.4 *Consentimiento firmado para grupo focal*

Gracias por participar en este estudio. Estamos muy interesados en escuchar sus opiniones sobre los espacios culturales que se encuentran en las parroquias del oeste del Municipio Libertador.

- El propósito de este estudio consiste en conocer cómo los vecinos interactúan y se involucran en los espacios culturales (convencionales y no convencionales), así como su percepción sobre el servicio que prestan y otras opiniones que quieran agregar al respecto. Esperamos aprender cosas que realmente puedan ser útiles para los directores de estos espacios, artistas y organizaciones involucradas con la industria del arte y el entretenimiento. Sin embargo, es una investigación con fines netamente académicos.
- La información suministrada es completamente confidencial. Su nombre no será asociado a ninguna respuesta que Ud. pueda emitir en este grupo focal.
- Preferimos grabar completamente la conversación, ya que de esta manera no pasamos por alto ningún detalle en cuanto a las ideas, pensamientos y opiniones compartidas aquí. Sus nombres no aparecerán en la grabación, ni en la transcripción de la misma.
- Puede abstenerse de responder alguna pregunta o dejar el espacio en cualquier momento que lo necesite.
- Debido a que entendemos la importancia de la confidencialidad de las opiniones aquí emitidas, pedimos respeto a la privacidad del resto de compañeros del grupo focal.
- Si tiene alguna pregunta en este momento o después de llenar este cuestionario, puede consultarme en cualquier momento o llamar al número que abajo se indica.
- Por favor, marque X en las casillas de la siguiente página y firme el consentimiento para demostrar que Ud. está de acuerdo en participar en este estudio

PLANILLA DE PARTICIPACIÓN EN GRUPO FOCAL

Fecha: / /

Nombre: _____ Apellido: _____

Edad: ____ Parroquia: _____ Dirección: _____

Teléfono de contacto: _____ E-mail: _____

Gracias por participar en este estudio. Estamos muy interesados en escuchar sus opiniones sobre los espacios culturales que se encuentran en las parroquias del suroeste del Municipio Libertador.

- El propósito de este estudio consiste en conocer cómo los vecinos interactúan y se involucran en los espacios culturales (convencionales y no convencionales), así como su percepción sobre el servicio que prestan y otras opiniones que quieran agregar al respecto. Esperamos aprender cosas que realmente puedan ser útiles para los directores de estos espacios, artistas y/o organizaciones involucradas con la industria del arte y el entretenimiento. Sin embargo, es una investigación con fines netamente académicos.
- La información suministrada es completamente confidencial. Su nombre no será asociado a ninguna respuesta que Ud. pueda emitir en este grupo focal.
- Preferimos grabar completamente la conversación, ya que de esta manera no pasamos por alto ningún detalle en cuanto a las ideas, pensamientos y opiniones compartidas aquí. Sus nombres no aparecerán en la grabación, ni en la transcripción de la misma.
- Puede abstenerse de responder alguna pregunta o dejar el espacio en cualquier momento que lo necesite.
- Debido a que entendemos la importancia de la confidencialidad de las opiniones aquí emitidas, pedimos respeto a la privacidad del resto de compañeros del grupo focal.
- Si tiene alguna pregunta en este momento o después de llenar este cuestionario, puede consultarme en cualquier momento o llamar al número que abajo se indica.

Si Ud. está de acuerdo con todos los puntos descritos, por favor, firme el consentimiento para demostrar que Ud. está de acuerdo en participar en este estudio. ¡Muchas gracias!

Firma

Consentimiento firmado a los

días del mes de

del año 2018

7.5 Entrevistas a gerentes culturales

Tabla 11 Matriz de respuestas de entrevistas a gerentes culturales

Preguntas	Teatro San Martín	Cultura UCAB	Biblioteca Central Felipe Guevara Rojas	Hacienda La Vega	Cines Unidos Galerías Paraíso	Teatro Paraíso del INCRET
Nombre, cargo y años de servicio	David Villegas, soy el director de producción del Teatro San Martín de Caracas y además soy el asesor de cultura de la dirección general de atención integral del Ministerio del Poder Popular para el servicio penitenciario. 23 años	Jannabel Hernández, directora de Cultura UCAB. 17 años académicos de servicio.	Mi nombre es Marlene Gomes, soy licenciada en el área de Bibliotecología. Tengo 17 años aquí en la Institución. Y... dos años desde el 2014, estoy coordinando la jefatura de la unidad	Soy Ingrid Martín Gerente de operaciones del Centro de convenciones La Vega, operador de La Hacienda La Vega. Tengo en la hacienda casi 2 meses.	(Cuestionario enviado por e-mail a través de su agencia de Relaciones Públicas)	Nicolás Rivero. Coordinador de cultura laboral del INCRET (Instituto Nacional de Capacitación de Recreación de los Trabajadores)
¿Cuándo se fundó el espacio cultural?	23 años.	La Dirección de Cultura como tal en el 73.	La Biblioteca se inaugura en el año de las 36, con la creación del instituto. Sin embargo, este edificio como tal fue en el año 54.	Hace 15 años (como espacio cultural)	1943. La de Galerías Paraíso en el 2003.	El INCRET tiene 62 años de fundado
¿Cuál es la historia de su fundación?	Recordemos que esta es una edificación que viene más o menos del año cuarenta y...dos, por ahí...Eh funcionaba la lotería de Caracas y la lotería de Caracas dejó de funcionar por un tiempo y esto estuvo cerrado por muchísimo tiempo hasta que un día se hizo la solicitud a la gobernación del distrito capi... Del distrito federal, en ese momento, y bueno se hizo todo el trabajo y se cedió el espacio, además que el edificio que era uno solo ya estaba dividido, porque ya se había hecho la dirección de salud que es la que nos queda a nosotros a mano izquierda. El edificio... Ajá, se hizo esa división y se estaba haciendo la división de lo que nos queda abajo que es hoy en día la imprenta municipal. Entonces quedaba esta área que es lo que es el espacio del teatro, quedaba, era... abandonado pues, entonces se hizo todo el estudio, se hizo la solicitud y la gobernación del Distrito Capital para ese momento pues le dio al grupo Tenfuteatro la concesión para hacer y desde ese momento hemos estado aquí trabajando, haciendo...haciendo	Antes de que se fundara la Dirección de Cultura o que comenzara a funcionar formalmente lo primero que existe fue la Coral UCAB, o sea, la Coral UCAB es más vieja que la misma Dirección de Cultura porque lo primero que hicieron fue formar esa agrupación (que lo hizo el Hermano Gregorio Lanz) y a raíz de allí comenzó la dirección. Creo que tuvo tres directores antes de mí y, bueno, ya yo tengo 17 años académicos. Teatro que es la que le sigue. Cuando yo llegue acá estaba, cuando yo asumí la dirección, estaba coral, estaba una estudiantina y la acapella que era como otra pequeña coral más pequeña que la Coral UCAB. Bueno, en el transcurso del tiempo formamos el ensamble, el grupo Cámagó, que es un grupo de música venezolana. La coordinación sociocultural, la coordinación musical, eso no existía. Era una manera de dividir lo que hacíamos para que hubiese alguien al frente de eso y poder promocionar y darle más fuerza a cada una de esas áreas.	Ya tenemos 61 años, cada año o cada década ha sido diferente. Pero también ha influido lo que es los factores políticos, sociales, académicos, educativos, cada uno de esos factores ha influido en el desarrollo como en el desenvolvimiento tanto de la biblioteca como de la institución, en cada década uno va viendo cómo se va a desarrollar. Al principio, del uso de la biblioteca o la manera de hacer las búsquedas en las estanterías era a través de ficheros. donde el usuario igualmente hace su búsqueda a través de fichas donde traía la información catalográfica del libro. Hoy en día se ha digitalizado, se está trabajando en la biblioteca digital de manera que... todo lo que son las publicaciones ipevistas o de la UPEL estén digitalizadas dentro de nuestra base de datos. También se está trabajando con libros digitalizados.	Parte de sus dueños decidieron hacer algo distinto con la hacienda, recuperarla y su intención originaria era hacer eventos culturales y un poco de invitados, no tan populares sino un poquito más dedicados a ciertos espacios del público. Los dueños saben el valor histórico que tiene esta hacienda, y quisieron aprovecharlo para eso y quieren tenerlo como un oasis para la actividad cultural.	Fundada por una familia venezolana que se interesó en ofrecer la magia del cine en el país.	Esto viene siendo la antigua casa sindical del Paraíso. A su vez, así como tenemos esta hay muchas casas sindicales en el país. Una vez que sale por ley, la ley de LOPCYMAT estas casas pasan a ser INCRET a raíz de esa ley, desde aquí se hace la política de reiteración, cultura, deporte y turismo social para los trabajadores de las diferentes entidades públicas y privadas. Este teatro se alquila de manera privado y las actividades culturales para los trabajadores. De hecho, nosotros estamos promoviendo de esta coordinación de cultura actividades para los programas de las diferentes empresas públicas y privadas que nos vienen a solicitar una obra de teatro, una academia de baile, un concierto de música con cualquier tipo de género, nos vengán a solicitar mariachis, nosotros tenemos la

	vida					sinfónica INCRET, esta sinfónica ha prestado el apoyo para realizar actividades culturales en las diversas empresas privadas y públicas, esa es la actividad
¿Cuál es el propósito del espacio cultural? (o la misión, visión, objetivos y valores)	El propósito del Teatro San Martín yo creo que es primero: servir a la comunidad, estar allí, seguir siendo el centro cultural del oeste de la ciudad, ser la referencia... Este aquí en esta clase obrera trabajadora y zona industrial en la que hacemos vida y en donde encontramos historias maravillosas para contar, además, porque donde las vemos y las agarramos y las contamos también. Y estar allí y servimos no solamente, por supuesto para esta comunidad esta gran comunidad para la que nosotros trabajamos, sino para todo el que quiera venir, mostrar el arte y transformar a través del arte	Para mí la Dirección de Cultura tiene que crear espacios. Espacios culturales en todo el sentido. No solamente de Bellas Artes, no solamente tenemos teatro, música, danza sino, además, espacios de reflexión, espacios críticos, espacios de formación que para mí también son bien importantes y evidentemente también espacios de recreación. Que tengan que ver con actividades culturales pero que le den la oportunidad a los estudiantes que están acá con un propósito graduarse de su carrera y tienen alguna inclinación pueden encontrar en la Dirección de Cultura un espacio para no tener que dejarlo porque estoy estudiando no tengo tiempo de ir que tu aquí crees ese espacio para que ellos puedan aprovecharlo.	El propósito o la misión es ofrecer los servicios que en el caso de nosotros (servicios, servicios digitalizados de libros, revistas, una mayor orientación al usuario siempre vamos enfocándonos a lo que son las necesidades tanto de la institución como del mismo usuario.	Es variado, parte importante de la gente que viene a las actividades públicas de la hacienda, es que conozcan el historial de la hacienda, De hecho tenemos un recorrido histórico por toda la hacienda donde le cuentan al visitante que se hacía, como se hacía, desde cuando esta esto aquí. Esto es nutrir a la gente de la historia. Porque en esta hacienda se ha vivido historia realmente.	Exhibición de espectáculos públicos. Queremos ofrecer una experiencia total de entretenimiento dirigida a todo público, basada en productos y servicios de alta calidad dedicándonos con pasión a servir a nuestros invitados.	El propósito, bueno como estamos en una institución, esta institución forma un parte de un Ministerio del Poder Popular Para el Proceso Social del Trabajo, entonces el teatro debe difundir la parte artística del trabajador. Nosotros resaltamos el trabajo artístico de los trabajadores, de las trabajadoras que tenemos dentro de la fábrica, pero aunado a esto también se presta para que la comunidad esté organizada, academias de baile y otras organizaciones artísticas y desempeño artístico como tal.
¿Cree que ha sido una gestión satisfactoria, de acuerdo a sus objetivos?	-	Bueno, para mí dentro de mi punto de vista ha sido muy satisfactoria. Creo que desde que yo entre, que es desde donde puedo hablar, hasta este momento, creo que cada vez hemos tenido más presencia cada vez nos conocen más y cada vez vamos abriendo estos espacios que la gente quiere y requiere.	Sí, yo creo que como profesional en el área uno tiene sus momentos bajos pero siempre queda la satisfacción de hacer bien las cosas. Y creo que ese es el objetivo de nosotros, tratar de hacer lo mejor posible para que siempre haya esa satisfacción de que por lo menos se hizo	Ha pasado etapas, desde hace 15 años, lo manejaban otras personas, una fundación; luego, desde hace seis años, siete años lo está operando quien tiene ahorita el control que se llama promotora turística Guao. Sitios Guao es quien opera la hacienda, la oferta, la venta, y tiene todo en cuanto a la parte de evento. Eso ha diferenciado el uso, el enfoque, el objetivo público a que va dirigida. En los últimos años se ha ampliado, la oferta sobre todo por la apertura que hay hacia otros eventos como Vive La Vega, como Cine Jardín, que antes no estaban, la posibilidad de oír ofertas de la gente que quiere venir a hacer alguna actividad cultural.	Contamos con 60% del mercado.	Hemos tenido asistencia masiva de las actividades que hemos convocado. Hemos tenido participación en el deporte, tenemos ahorita un censo que estamos trabajando de fiestas musicales para trabajadores, fiestas, gaitas, corales, hay cualquier tipo de organización musical. Tenemos grupos de gaitas, muchísimos de salsa. Ya nosotros hemos hechos conciertos acá. El año pasado hicimos el gaitazo obrero que fue transmitido por Vive Televisión, allí fueron convocados 15 bandas de gaitas de diferentes entidades públicas y privadas e hicimos un concierto acá que fue

						transmitido por Vive Televisión. Entonces ¿Quién era el protagonista? El trabajador.
¿Cuántos años lleva funcionando el espacio cultural?	23 años	-	61 años	15 años	Cines Unidos cuenta con 69 años de historia.	62 años
¿La administración del espacio es pública, privada o pertenece a una ONG?	El edificio es propiedad de la alcaldía. Pero esta cedido a nosotros en comodato. nosotros somos autónomos en nuestras decisiones, sobre todo en nuestras decisiones artísticas. El teatro funciona con un presupuesto del Ministerio del Poder Popular para la Cultura que te dan presupuesto para que funciones en el año. Somos una fundación cultural pero somos autónomos en nuestras decisiones	La Dirección de Cultura depende de la Dirección General de Desarrollo Estudiantil que depende del nuevo Vicerrectorado de Extensión Social, Desarrollo Estudiantil e Identidad.	Sí. Pertenece al Ministerio de Educación Superior.	Completamente privada	Empresa privada.	Pública

<p>¿ Cuántas personas puede albergar el espacio cultural?</p>	<p>La sala San Martín es la sala principal que tiene una capacidad de 300 personas con butacas, si tenemos la necesidad podríamos llegar a las 370 porque tenemos espacios quizás para ponerle unas sillas mobiliarias. La sala Expoteatro que tiene una capacidad para 100 personas, es una sala más experimental y más diseñada también para ese tipo de obras más íntimas. La sala de ensayo que, bien es una sala de ensayo, pero este... te podría decir que tiene una capacidad para ensayar con tranquilidad unas 50 personas, y bueno, y nuestras áreas comunes, el lobby que tiene una capacidad amplia igual el patio que también se puede usar para cualquier actividad, sea recreativa o teatro de calle o conciertos, o cualquier tipo de actividad.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>Nosotros en la casa como tal, hubo una remodelación y hay dos salones, uno VIP que tiene una capacidad para 12 personas, ahí se pueden hacer reuniones pequeñas y se pueden dar actividades de tertulia y también está el salón principal y la biblioteca que tienen capacidad para 150 personas, donde se han dado conciertos, se han dado tertulias, charlas. : Y aparte los jardines, que es donde normalmente se realizan eventos privados, también es donde se hace el cine jardín a cielo abierto</p>	<p>Tenemos 187 salas ubicadas en todo el territorio nacional. Cada uno de los complejos cuenta con una capacidad diferente. La sala más grande que tenemos cuenta con más de 400 butacas para el disfrute del cine en pantalla grande. En Galerías Paraíso, hay 6 salas, 1108 butacas distribuidas así: En la sala 1: 144, 2: 158; 3:157; 4:211; 5:219 y 6:219</p>	<p>2000 personas para los deportivos, para el teatro son 450 personas.</p>
<p>¿ Cuántas personas, en promedio, asisten mensualmente?</p>		<p>No es una pregunta fácil de contestar. Los talleres tienen un mínimo de 15 personas por taller y por lo menos abrimos 8, 9, 10 por semestre. Entonces ahí ya puedes ir sacando un promedio de lo que podemos impactar en talleres. Los eventos: el número de eventos que hagamos si tú haces un evento en el Hermano Lanz el promedio es de 300 personas en el aula magna son 700 personas. Teatro por lo general a lo mejor no siempre llena pero la sala siempre está en actividad. A veces muchos más del aforo de lo que tienes porque a lo mejor no tienes mil y pico fijas pero entra un grupo cuando arranca el evento un grupo se va porque tiene clase otro regresa y así va. Número de personas por grupo que es un poco mis indicadores en función de la gente que en teoría atiende con certeza.</p>	<p>Entre 20 a 25 mil usuarios anualmente</p>	<p>Lo bueno de la hacienda es que cada día suele venir más gente. Un promedio sería de 300 personas, por actividad. Cine Jardín, creo que es un promedio de 60 personas. De repente, todo varía de acuerdo al día y a la planificación. Y de resto de los eventos depende 100% de lo que estén planificando.</p>	<p>1 millón de espectadores.</p>	<p>Hay unas 450 personas. A las 11:00 a.m. termina uno. A la 1:00 p.m. arranca el otro. 450 personas más. 450 personas por dos o por cinco. En total son 4500 personas y algo en una semana.</p>

De los asistentes , ¿es el tipo de público esperado ?	No, hemos aprendido a no esperar eso. Hemos aprendido a hacerlo con el profesionalismo que nos caracteriza y con el amor que nos caracteriza, pero nosotros (no se entiende). Entonces cuando el público viene, que es cuando la obra se termina realmente, con el público es que la obra termina de estar lista, es cuando nosotros vemos, porque de repente hemos hecho obras de tres mujeres con temas muy femeninos de pronto, y los hombres salen más afectados que las mujeres o viceversa, o cosas que de pronto tú crees que al adulto mayor, y pueden gustar mucho más y resulta que le gusta mucho más al adolescente.	El público que esperas y el número que esperas también. No es que ay no vino nadie, o ay que gentío vino. Tú ya más o menos tienes una idea de cómo va a funcionar (según el tipo de evento).	No, bueno... obviamente, uno desearía que participaran más estudiantes, más docentes, más investigadores porque, así como los estudiantes también le pasa a los docentes. Nosotros tenemos aquí a docentes que son asiduos a la biblioteca y que son nuestro personal fijo. Pero también hay otro que es casi la mayoría que ellos mismos preparan su material y lo dan en clase... y no revisan lo que tienen la biblioteca	Viene todo tipo de gente, sobre todo porque se enteran de SitiosWAO. :Porque SitiosWAO.tiene una oferta de hoteles, con cierto target, entonces esa gente se acerca a través de ellos y bueno, vienen para acá super deslumbrados por todo lo que ven en la ciudad.	Si	-
¿De cuánto es el aforo, en promedio	Todo es muy relativo, muy subjetivo. Depende de cómo la gente reciba esa obra. Si es nuestro, si te puedo decir que es alto, ahora si es de otra compañía, de otros compañeros ahí va a depender de muchos factores, además que cuando ellos vienen siempre hablamos con ellos y les damos algunos tips, porque estamos trabajando para públicos distintos	-	-	-	200 espectadores.	Suele llenarse de 400, 500, 1000, 2000 personas para los deportivos, para el teatro son 450 personas.
¿En qué horario está operativo el espacio cultural?	El horario de atención al público lunes a viernes de 2 a 6 de la tarde. Los horarios de ensayo dependen de una programación y una planificación que se hace con el equipo artístico, y los directores, que todos puedan: mañana, tarde o noche. Hay una flexibilidad ahí. Ahora en ese mismo punto del horario artístico, vamos entonces al horario de funciones. El horario de funciones si son viernes y sábados a las 7:30 y domingo a las 6 para adultos; y sábados y domingos a las 3 de la tarde para niños.	Nosotros trabajamos desde las ocho de la mañana hasta las doce. A la 1 arranca el turno de la tarde hasta las ocho de la noche. Hasta esa hora están funcionando los auditorios La actividad administrativa dentro de la oficina es hasta las 5 de la tarde que ya se va el personal	El horario de la biblioteca es de 8 de la mañana a 6:30 de la tarde para ipevistas y público externo	Lunes a Viernes: operaciones de mantenimiento y algunos eventos privados que nos contratan. Fines de semana: según evento, Vive La Vega todo el día, Domingo Cultural de 10am a 3pm, CineJardín algunos domingos desde las 5:30pm	De 12m a 9pm.	Nosotros estamos en horario administrativo para preguntar por información del teatro y en los otros espacios desde las 8:30 de la mañana hasta las 4:00 de la tarde. Y el teatro, una vez alquilados los servicios está desde las 8:30 de la mañana hasta las 10:00 de la noche

¿Cuáles días está operativo el espacio cultural?	Lunes a Domingo	De lunes a viernes. Los sábados trabajamos hasta las 5 de la tarde. Tenemos un beca. Los domingos si y solo si alguien lo solicita tratamos de que no. Pero procuramos que no porque es un tema. Un tema logístico de la universidad. No hay suficiente vigilancia, hay que mandar a abrir los edificios. Tratamos que funcione hasta el día sábado	Lunes a Domingo (según tríplico)	Lunes a Domingo	De lunes a domingos.	Lunes a viernes, atención al público. Lunes a domingo, actividades culturales.
¿Dónde está ubicado?	En el cruce con el puente 9 de Diciembre que va hacia El Paraíso, y entonces agarras la Avenida principal de San Martín, al lado tiene la estación del metro Artigas	Administramos los espacios, ciertos espacios no todos los espacios de la universidad. Administramos tres auditorios el Auditorio de la antigua Biblioteca, el Auditorio Hermano Lanz, el Aula Magna y la Sala de Usos Múltiples esos tienen uso tanto para eventos culturales como para eventos académicos. El fuerte son eventos académicos. También está el auditorio de teatro que evidentemente ese es única y exclusivamente para teatro. Tenemos la galería que está en el Centro Loyola que únicamente la usamos para talleres y ensayos de nuestras agrupaciones. También en los jardines, en las plazas. Por ejemplo, el Narracuentos cuenta los lunes y los jueves en la Plaza del Estudiante.	Dentro del IPC	-	-	-
¿En qué tipo de transporte se puede acceder al espacio cultural?	Metro, transporte público, taxi, carro y a pie	-	Aquí hay un transporte a ciertos puntos de la ciudad. Eh... Hay algunos que tienen carro propio, hay... hay otros que si viven cerca bien, se vendrán a pie me imagino...	Nosotros le ofrecemos todo pueden llegar caminando, en carro o bicicleta. Cuando nosotros ponemos nuestra publicidad, siempre ponemos el mapa y le indicamos cuál es la forma de llegar, en metro, si viene caminando, cuáles son las opciones de transporte público que es de aquí de la zona. En carro también, el acceso más fácil es la autopista. Siempre en nuestra publicidad le indicamos el mapa y las maneras de llegar.	Público o particular.	Muchos vienen en carro propio, otros vienen en transporte público o por puesto. Nosotros hemos solicitado una ruta de Metrobús y los deja en el teatro INCRET para que la gente pueda asistir y los deje en una estación de metro puede ser Artigas o puede ser Maternidad. Ya nosotros hemos solicitado esa ruta.

<p>¿Hacia qué tipo de público están dirigidas sus actividades?</p>	<p>Adultos, jóvenes y niños.</p>	<p>Netamente estudiantes. Está abierto a todo el mundo, a toda la población. Hay otros sectores que se inscriben. Pero es la menor proporción. El grueso de nuestros participantes en eventos, en talleres, en agrupaciones es estudiantes. Yo tengo dos agrupaciones en particular que una es de profesores que es el grupo vocal experimental y son del trabajo que es para empleados de la universidad. También en teoría queremos atender un público desde que estamos con la coordinación estamos tratando de tener un público que es la coordinación sociocultural que es incluir a las comunidades. Abrimos este año tres talleres para las comunidades. Para ver si logramos empezar también a involucrar a las comunidades como público, pero el grueso son los estudiantes.</p>	<p>Están los docentes, están los investigadores, ellos son básicamente, nuestro público a parte del estudiantado, nuestro público al que mayor se hace enfoque, pero básicamente son docentes e investigadores.</p>	<p>Va dirigido a los grupos familiares particularmente, a un público que valore el estar aquí en la hacienda, la posibilidad que da la hacienda de disfrutar de la historia de más de 500 años, y que le tenga aprecio a un disfrute tranquilo, relajado, en familia... Por lo menos si tú vienes a la hacienda y la música tiene un determinado volumen. Yo me siento dirigida a eso, a los grupos familiares, cuando los niños vienen a disfrutar.</p>	<p>Todo público.</p>	<p>Trabajadores activos y pensionados e instituciones académicas.</p>
<p>¿Cuáles son los tipos de actividades culturales que se realizan en este espacio?</p>	<p>Obras de teatro, conferencias, asesorías, ensayos, exposiciones, conciertos, talleres de formación en teatro, música y danza.</p>	<p>Formativas y recreativas (Artes escénicas, danza y música)</p>	<p>El área de atención al público y el área de procesos técnicos. El área de atención al público tenemos 7 servicios que están distribuidos en 7 salas, dos servicios o dos salas que trabajan en la parte de atención, consulta circulante. Y esta son dos salas porque las dividimos en dos áreas del conocimiento, está la parte de educación y el área de ciencias puras. Tenemos un servicio de revistas, de publicaciones periódicas. Un servicio que va dirigido a los docentes que es de mediateca, es un servicio audiovisual. Tenemos un servicio de referencia, de rental, la sección de procesos técnicos</p>	<p>Visitas guiadas, CineJardín, Almuerzo Cultural, Tertulias y el Vive La Vega; es familiar... entonces, tenemos una oferta gastronómica variada y de muy buena calidad. Tenemos una oferta de cervezas artesanales. Tenemos una oferta de música de personas que no son famosas, pero tienen muchísimo talento. Se hacen casting, ellos mandan sus producciones, entonces se escoge a la gente que va a presentarse en la obra del día. Y es un evento que la gente puede pasarse aquí todo el día y pasearse por los jardines para hacer su picnic. Hay actividades al aire libre. Siempre hay inflables, colchones. También eventos sociales, privados, bodas, cumpleaños, primera comunión. Como locación también se alquila para grabar películas de época, se alquila para hacer videos, grabaciones</p>	<p>Exhibición de películas</p>	<p>En el plano cultural, nosotros hemos hecho aquí actividades salseras, obras de teatro, show musicales, encuentros y bailes del ayer, danza tradicional, Nosotros hacemos cine, según la solicitud, de la gente.</p>

				de novelas que necesitan de espacios, para sesiones de fotos...		
¿Cuántas actividades se realizan mensualmente?	Las temporadas duran 7 semanas, pero eso son 3 funciones semanales. Y al mes te da 12. Más las dos funciones del teatro infantil, que al mes te da 8. La exposición es cuando se hacen durante todo el mes y las asesorías por ejemplo, según los meses, y ya es como por período académico. Entonces no sé, va por ahí como por 40.	Si tú quieres lo reviso del año pasado y más o menos te digo. Porque podría decirte, de repente hay unas grandes actividades, hay semanas en que estamos full, que tenemos los talleres tenemos una actividad pequeña. Estamos hablando de actividades cualquier tipo. Una pequeña actividad, el señor Quintero contando en la plaza yo te puedo hacer un estimado de eso más preciso.	Normalmente hacemos las actividades (foros, charlas, tertulias y ahora club de lectura) cuando llegan fechas que son importantes. Por lo menos, el aniversario de la biblioteca es el 27 de noviembre, siempre hacemos actividades culturales, invitamos a editoriales para que venga a hacer sus exposiciones de libros, ya sean para la venta o para... promoción... eh... pero básicamente, son fechas muy específicas... la semana del libro bueno... es una fecha muy importante para la biblioteca. Y bueno... siempre se hace cualquier actividad	En promedio, todos los fines de semana hay actividades y entre semanas son más las operadoras que traen a su público.	Diariamente se realizan varias funciones.	Todos los fines de semana estamos full con actividades culturales de diferente índole.

<p>¿Realizan otro tipo de actividades en el espacio cultural? Es decir, un uso no convencional. En caso de que no, ¿estarían interesados en realizar otras actividades distintas?</p>	<p>Se dan talleres de formación, por supuesto el más fuerte es el taller de teatro, pero también tenemos el de danza, tenemos el de canto, tenemos el de música. Entonces ahí los alumnos, el de danzas infantiles que funciona los sábados, eh y ahí pues los participantes pagan algo y entonces se convierte en un ingreso, también los alquileres para eventos especiales,</p>	<p>Nosotros obviamente siempre tenemos interés en trabajar, yo digo que la dirección de cultura no solo trabaja con lo que hace, sino con lo que viene para hacer en conjunto. También podemos ser una unidad de apoyo para algunas actividades desde la experiencia que podemos tener en el manejo de los auditorios. ¿Cuánta gente viene? ¿Cuál es el horario más adecuado? Porque la gente piensa que no pero eso es importante cuando haces alguna actividad.</p>	<p>Tenemos un cyber que es exclusivo para el usuario ipecista</p>	<p>Sí. Nosotros estamos abiertos a cualquier propuesta siempre y cuando, no destruyan los espacios o la integridad o en detrimento de lo que son las costumbres de lo que es la Hacienda La Vega.</p>	<p>Funciones privadas, benéficas, BTL, publicidad.</p>	<p>El resto de la institución se mueve mucho con las actividades deportivas, turismo social</p>
<p>¿Cuál es el rango de precios de las entradas a las actividades culturales?</p>	<p>150 bolívares.</p>	<p>Normalmente mira los eventos suelen ser, hasta ahora, que eso tendría que variar, Nunca han pasado de 500, 600, porque nosotros no podemos hacer un evento con artistas demasiado reconocidos por ejemplo en aula magna porque el aula magna es muy pequeña. O sea no tienes manera de recuperar. Solamente los costos ¿cuánto tendría que costar una entrada? Entonces, por lo general, tratamos de manejarlos entre 300, 500, ha sido como el promedio</p>	<p>Todo es gratuito porque estamos en una Universidad pública. Lo único que tiene costo es el cyber a 25 bolívares por hoja, cobramos 20 por media hora de internet y 25 la hora, aproximadamente.</p>	<p>1400-8000 Bs.</p>	<p>Desde 1000Bs a 2500Bs.</p>	<p>Ellos en muchos de esos casos, sus entradas son venta privada entre sus propios alumnos. Ellos venden sus entradas y las cancelan... las entradas pueden costar en 2000 o 3000 bolívares.</p>
<p>¿Cuáles son las formas de contacto con el espacio cultural?</p>	<p>Tenemos nuestros números telefónicos que es el 451-2161 y el 377- 2526. Además nuestros correos electrónicos que están disponibles a través del correo principal del teatro que es info@tsmcaracas.com. Las redes sociales, también, en Facebook nos consiguen como Teatro San Martín, en Instagram y Twitter también como @TSMCaracas, la página web está en mantenimiento</p>	<p>Eso depende. Si se refiere al tema cultural lo que hacemos aquí a nivel cultural, pues simplemente cada uno de los coordinadores tiene un correo que maneja para eso, venir aquí hablar con ellos es otra opción y nuestras redes sociales también las manejamos para algunas personas que se ponen en contacto por redes sociales.</p>	<p>Página web, correo electrónico, teléfonos y Facebook</p>	<p>Nosotros centralizamos todo, todo, todo la parte de la gente que quiera participar de alguna manera a través de un correo electrónico que se llama info@haciendalavega.com. Todo lo de la página y lo de ese correo llega a la misma persona y esa persona lo distribuye a quien va destinado.</p>	<p>Página web, redes sociales, correos</p>	<p>Aquí directamente. Por la página web hay un correo electrónico donde usted hace la solicitud de nuestro espacio. , tenemos una cuenta en Twitter @Cultura_INCRET allí nosotros alojamos cada uno de las fotos de las actividades que nosotros realizamos.</p>

¿Cuáles son los medios de comunicación utilizados para difundir las actividades del espacio cultural?	Siempre la gente está acostumbrada a ver el pendón y a ver nuestra cartelera. La gente se acerca a leer nuestra cartelera donde se pone toda la información de todas nuestras actividades y las obras. Existe nuestro correo de promoción y Redes Sociales.	Para la difusión de eventos: hacemos un afiche pequeño, se colocan los afiches en la universidad y se manejan redes.	Página web, correo electrónico y Facebook	Página Web. En Redes sociales nos mantenemos con nuestra operadora principal que es SitiosWAO y en Twitter: SitioWAO. Y, de repente, con aliados: CineJardín, SoyTuGuía.com	Página web www.cinesunidos.com , redes sociales (Twitter @CinesUnidos, Instagram @CinesUnidosVe y Facebook Cines Unidos)	Televisión, Twitter culturalINCRET
¿Cuántos empleados tiene el espacio cultural?	Un aproximado, 60 personas que van y vienen. Contamos, por supuesto, con el director general que es Gustavo Ott, después entonces encontramos la dirección de producción que la llevo yo, y la dirección artística que la lleva la señora María Brito. De la dirección de producción empiezan a desprenderse todo lo que es la dirección técnica y de ahí la dirección de tramoya, iluminación y sonido y servicios generales. Ahora tenemos todo un recurso humano aparte que son nuestros grupos de actores, nuestro grupo de dramaturgos, nuestro grupo de directores y nuestro grupo de diseñadores, que también... Este... hacen vida acá solo que no están especificados en el organigrama de funcionamiento de la fundación, pero están contemplados también de una manera flexible	Becas trabajo tengo diez. Ocho para la Dirección de Cultura. Dos técnicos. Tres coordinadores y un asistente de logística y protocolo. Directores: Coral, Grupo Vocal Experimental, Ensemble, Cámago, Narracuentos, Teatro que son dos por es director y subdirector y Danza UCAB. Los talleristas son independientes.	50 funcionarios entre los dos turnos	Nosotros no tenemos. El único evento que nosotros producimos, el de Vive laVega y el Almuerzo Cultural, allí nuestra coordinadora de mercadeo busca la oferta cultural de música, actividades para niños, y eso, pero no es como tal es que tengamos un equipo de gente que esté buscando la parte de la cultura, como de oferta. Para el mantenimiento y logística somos 20 personas en la hacienda, Sitios WAO son los que hacen la producción del evento.	2mil	Nosotros tenemos 11 empleados, estamos cortos porque nosotros también atendemos actividades dentro de las empresas. Nosotros tenemos sonido, se monta una actividad cultural y parte de nuestro equipo de va para allá, la liga deportiva y eso significa que nuestro equipo también debe ir para allá, estamos muy cortos de personal.
¿Tiene estacionamiento o servicio de valet parking?	El estacionamiento del centro comercial en frente y está un estacionamiento público al lado	-	Sí, gratuito.	Cuando tenemos cualquier tipo de evento el estacionamiento es gratuito y tenemos capacidad para más de 1000 carros de guardar y tenemos también espacios para las bicicletas.	El estacionamiento del centro comercial.	Tenemos estacionamiento privado que se incluyen dentro de la contratación del alquiler, caben aproximadamente 180 carros

<p>¿De cuántos equipamientos y tecnologías dispone?</p>	<p>Cada sala cuenta con una consola de iluminación de 32 canales programable. Y tiene su banco de dimmer, tiene reflectores fresnel, lico y par 64, que son los más usados porque cada uno tiene una especificación. Cuenta también con los filtros de color o gelatinas, con las extensiones de corriente y todo lo que necesita un reflector. Contamos con un proyector de video y sus laptops. Sus equipos de sonido de reproducción.</p>	<p>Realmente tenemos los auditorios están equipados con un sonido básico. Micrófonos y cornetas. Un aproximado de dos micrófonos por auditorio cada auditorio tiene su pequeña consola y nosotros tenemos un equipo muy básico de sonido tenemos una consolita pequeña tenemos tres monitores, una batería. Tenemos pantallas. Cosas de percusión afro que los maneja el profesor Ortheo.</p>	<p>Para los momentos tenemos 30672 títulos, 76514 ejemplares. Hay 9 equipos en el cyber y el resto de las áreas, hay un promedio de tres equipos por servicio para uso de los funcionarios, pero siempre tenemos la limitación de que siempre se nos daña. Y los catálogos que están prestos para el usuario, hay unos que funcionan y otros que no funcionan</p>	<p>Las salas están dotadas con todo un sistema de luces, con todo un sistema de proyección, pantallas, sonido.</p>	<p>-</p>	<p>Iluminación muy completa. Nosotros tenemos un equipo básico y profesional, todo va a depender de las contrataciones y las solicitudes que nos salgan, nosotros también prestamos el servicio de Vídeo Beam, Blue-ray, pantalla de cine, tenemos una micro pantalla perforada de cine gigante</p>
<p>¿Cómo es el tipo de mantenimiento que requiere?</p>	<p>Hay un personal, el personal técnico está encargado de hacerle mantenimiento a los equipos técnicos una vez que termina cada temporada. En general, Hay un equipo de servicios generales para eso, aunque también lo hacemos nosotros.</p>	<p>Apoyo del departamento de Servicios Generales. Nosotros estamos pendientes de lo que le pasa al auditorio. Es decir, se quema una luz, si se rompe una silla y nosotros hacemos un reporte a Servicios Generales y, en teoría, Servicios Generales debería respondernos y arreglarlo</p>	<p>Si es especializado, necesitamos un personal que fije su atención en la parte de limpieza y desinfección de los libros. Los libros por estar en lugares cerrados, poco aire, el estado ambiental influye en la reproducción de hongos, ácaros y bueno también un poco el tiempo. Y si son libros nuevos y están al lado de un libro enfermo, me refiero al que tiene hongos, en menos de un mes ya se contaminan. No tenemos personal o un presupuesto que sea dedicado a eso, solo mantenimiento general.</p>	<p>Sobre todo, es una poda constante, una recolección constante, limpieza constante, las plantas tienen su período de desfloración; entonces, estamos pendiente de replantar donde se necesite, de hacer las podas en los árboles más grandes, aquí hay árboles que tienen 200 años. Nosotros tratamos de cuidarlos lo máximo que se pueda y estamos pendientes de cualquier detalle, que todo este bonito, esté bien, limpio, cuidado</p>	<p>Tecnológico y de limpieza.</p>	<p>Nosotros anualmente realizamos mantenimiento de bomo, de bambalinas. Bajamos toda la iluminación, mantenimiento de lámparas. Nosotros tenemos un mantenimiento diario para la madera del teatro, los camerinos, por motivos a los celos y a cuid</p>
<p>¿Con cuánta frecuencia se realiza este mantenimiento?</p>	<p>Mantenimiento de equipo: Es un trabajo que se hace una vez cada 7 semanas. Mantenimiento general: Eso se hace todos los días, bueno no todos los días, es más fuerte los días de función.</p>	<p>Dependiendo de lo que sea necesario. Normalmente a fin de año yo hago un inventario general del estado de los auditorios que tengo que no tengo. Y lo que hago es terminando el año mando un reporte de todo lo que esta malo para tratar de que en agosto Diario. Yo mando un cronograma. Yo mando cronograma y debería ser después de cada evento. Generalmente lo que ocurre es en la mañana temprano limpian los auditorios y por lo general en la noche si hay un evento muy temprano. Si entre un evento y otro por alguna razón la cosa no quedo muy limpia, nosotros tenemos que llamar para que manden a alguien a limpiar el auditorio en caso que se requiera limpiar entre un evento y otro.</p>	<p>Esa persona debería estar allí, es decir, se debería hacer una buena limpieza dos veces al año, claro no contamos con el personal, los productos químicos y bueno a medida de que se vayan enfermado, se van desincorporando.</p>	<p>Eso es mantenimiento diario de los jardines, los salones principales se limpian dos días, siempre antes cuando va a haber eventos, porque hacen el recorrido por aquí.</p>	<p>Diariamente.</p>	<p>Anual (mantenimiento completo), diario (de madera, camerinos y teatro)</p>

<p>¿Cuenta con cafés, restaurantes o kioscos para despachar alimentos y bebidas dentro o cerca del espacio cultural?</p>	<p>Tenemos nuestro restaurancito, que es también un servicio para la comunidad, que funciona solamente como desayuno y almuerzo.</p>	<p>El Turpial, el Cafetín, Feria</p>	<p>Tenemos tres cafetines, uno detrás de la biblioteca, en el edificio histórico hay otro y cercano aquí hay otro cafetín. Pero ya el comedor universitario no está funcionando por falta de presupuesto</p>	<p>Sí hay ofertas cerca, pero la idea de nosotros es que consuman acá. . Nosotros hacemos toda la comida. (como feria o verbena)</p>	<p>Venta de bebidas, alimentos y golosinas.</p>	<p>Cafetín restaurant, desayuno, almuerzo.</p>
<p>¿Considera que la respuesta del público es positiva? En caso de no ser así, ¿cuál cree que sea la falla?</p>	<p>Sí. Hay un público cautivo. Les gustan todos los géneros. Pero todo depende de cómo la gente reciba esa obra. Y esto no es que aquí tienes --hay que trabajar de una forma y aquí hay trabajar de otra pero cuando tú tienes una experiencia como la que tenemos nosotros, internacionalmente hablando, porque nos hemos presentado hasta en Japón y en Corea te das cuenta que tienes que hacer cosas distintas a las que estás haciendo según el público que tienes en frente.</p>	<p>Ha mejorado. Muchísimo. Yo siento que todavía dentro de todo en esta época estos últimos años hay apatía. No diría apatía, yo diría que la gente está como en otra cosa y les cuesta más. Pero si creo que cada día tenemos más seguidores cada día tenemos más gente que viene a ensayos, estoy por eso contenta. Hay mucho que hacer todavía, hay mucho camino por recorrer y más trabajo</p>	<p>Desde el año pasado, desde el semestre pasado, este, se ha retirado una gran cantidad de usuarios ipeccistas, precisamente, por la situación económica del país. Lamentablemente, la estructura física de la Universidad ha decaído muchísimo. Por falta de mantenimiento, falta de insumos... si se dañó una llave, se repone... tenemos mucho tiempo que si se dañó una llave, lamentablemente, se cierra o se clausura... Hace unos dos o tres años atrás, uno veía usuarios a las 8:00 de la noche. : La Universidad a las 8:00 de la noche estaba tan activa como si fuesen las 8:00 de la mañana o 10:00 de la mañana, hoy en día, ya son las 5:00 de la tarde y ya tú no ves estudiantes por allí, ni personal, siempre hay un trabajador porque tenemos un horario hasta allí.</p>	<p>Sí. La gente que viene por primera vez queda súper complacida, encantada con el lugar... "Que aquí me quiero casar, que aquí quiero hacer aquello, que aquí quiero mis fotos"...</p>	<p>Contamos con la respuesta del público.</p>	<p>Sí hemos recibido respuestas positivas, tenemos unos organizadores que montaron un baile de salsa para el bailador, y eso estuvo, excelentemente organizado con una asistencia masiva de personas adultas, creo que no tienen donde bailar y se vinieron para acá. Desde las 9:00 p.m. hasta las 7:00 a.m.</p>

<p>Tienen algún mecanismo de control para conocer las preferencias de su público?</p>	<p>Hemos hecho encuestas, no hace mucho hice una preguntando... quería hacer un sondeo sobre la fortalezas y debilidades, después de tantos años, creo que era el momento de crearnos una matriz DOFA nueva, y entonces la hice y ahí también pude verlo, y tú escuchas y ves ahí los resultados, lo que la gente piensa del teatro y que se le has tomado en cuenta. Creemos en una relación más personal, nosotros dejamos abajo que la gente pueda dar su correo electrónico.</p>	<p>Nosotros cuando hacemos la feria cultural que la hacemos dos veces al año en cada inicio del semestre, nosotros hacemos una pequeña encuesta para ver, por ejemplo, que les interesa a los chicos, como talleres, de ahí un poco surgen los talleres que vamos a hacer. Las redes sociales están para cualquier comentario cualquier cosa nos ayuden un poco a ver y de esa manera tú vas viendo vas buscando que les gusta que no les gusta que es lo que más les gusta y que es lo que menos, pero resulta que yo tengo un trabajo formativo que siempre tengo que buscar que hago para vengan por algo que les guste pero mostrarles algo que a lo mejor no sería por lo que vienen pero es lo que me interesa que conozcan. Vienen por otra cosa pero, al final, termino mostrando lo que necesito que ellos vayan conociendo.</p>	<p>No, realmente no lo hemos hecho. Pero bueno uno trabaja en función de la experiencia. De lo que uno ha vivido. En base a esa experiencia, tanto profesional como laboral, es la que nos va dando como parámetros de cómo vamos a ir evolucionando</p>	<p>Por lo menos, si la gente nos quiere dar su opinión nos la manda vía correo. Y nosotros, la leemos, la respondemos. Estamos muy pendientes. Y por lo menos, en la parte de atención, nosotros siempre estamos pendiente de las despedidas, preguntamos qué tal les pareció porque si es un espacio que controlamos nosotros, preferimos ejercer una relación directa.</p>	<p>Buzón de sugerencias por página web www.cinesunidos.com</p>	<p>No, tenemos un buzón y realizamos unas encuestas que es realizada por las chicas de asistencia técnica que son las que reciben en primer momento a las empresas. Se realiza en su llegada, tanto en la entrada y en la salida. Y con el público todo es verbal "estuvo muy bueno", hay otro que dice que no le gustó. Ayer precisamente se realizó una reunión, donde se está hablando de la automatización, del INCRET porque hay que apegarse a las nuevas realidades</p>
---	--	---	--	--	---	--

<p>¿Han tenido comentarios significativos de parte del público?</p>	<p>Anécdotas muchísimas... Sí, cómo no, de ver niños que venían a ver obras infantiles, de repente regresaron ya grandes, adultos con carrera y quieren regresar a los talleres de teatro, eh... los chicos con discapacidad de sordomudo que atendemos y además que ellos vienen a ver sus obras, y viene su intérprete primero y ve las obras y después nosotros le mandamos el texto, y entonces ellos vienen y se sientan todos y él les van haciendo las señas, entonces ellos vienen y disfrutan muchísimo con nosotros, de los festivales que hemos hecho; el trabajo con el servicio penitenciario de trabajar con privados de libertad aquí haciendo ellos las obras, bueno en 23 años imagínate que no te podría contar. Te podría contar cualquier cantidad de cosas, por ejemplo, un día que se nos ocurrió hacer una jornada de limpieza, y entonces llamamos a la comunidad y la comunidad vino a limpiar el teatro con nosotros, entonces ya era el teatro como otro punto de vista. Yo, a veces, lo comparo como con una iglesia, porque es como sagrado, de la reja para dentro es otro mundo, de las rejas negras para adentro, en el patio es otra cosa, no pasa nada, nunca he visto de hecho (no se entiende) estas personas, digamos los amigos de lo ajeno como lo llaman, no pasan para acá.</p>	<p>Lo que tengo más claro en este momento es el Cultura Lounge. Porque justamente la necesidad de que hubiesen espacios donde la gente pueda sentarse tomarse una bebida comerse algo y relajarse un ratito surge de lo que tú sientes en los muchachos.</p>	<p>Las donaciones son constantes. De hecho, estamos esperando una donación del Banco Central de Venezuela. Siempre hay algo positivo, No todo es negativo, uno no debe concentrarse en eso, porque no se haría nada. En navidad, siempre hay actividades bien interesantes, se realiza el nacimiento. Está a celebración de la semana aniversario, hacemos compartir para conocernos, para compartir, ir mermando ciertas dificultades.</p>	<p>Me encanta cuando la gente valora y me parece impresionante porque lo es, el valor histórico que tiene la hacienda, cuando la gente camina por aquí y el guía le va contando quiénes vinieron por aquí, qué pasó aquí y la gente se da cuenta de eso, a mí eso me cautiva porque es hacer el trabajo y es un trabajo que los venezolanos deberían estar informados, porque la historia es fundamental. Gente que se siente motivada con eso y dicen "Guao"... "guao"... hay gente que entra aquí a los salones como que "aquí estuvo tal" o "por aquí caminó tal", eso es muy, muy importante.</p>	<p>Siempre se reciben buenos comentarios.</p>	<p>Aquí, he visto a gente que está haciendo lo posible para que los trabajadores tengan un buen uso del tiempo libre, apegado a la ley. Yo no sabía que esta ley existía. En el momento en que me vaya me llevaré otra experiencia satisfactoriamente ejercida</p>
---	--	--	---	---	---	--