



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**LA OFERTA CULTURAL URBANA Y EL CONSUMO CULTURAL.
EL CASO DEL DISTRITO DE BARRANCO EN LIMA - PERÚ**

**PRESENTADA POR
ANA MARIA LEBRUN ASPILLAGA**

**ASESOR
JORGE VICENTE MAYURI BARRÓN**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
GESTIÓN CULTURAL, PATRIMONIO Y TURISMO**

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento
CC BY**

El autor permite a otros distribuir, mezclar, ajustar y construir a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original.

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**LA OFERTA CULTURAL URBANA Y EL CONSUMO CULTURAL.
EL CASO DEL DISTRITO DE BARRANCO EN LIMA - PERÚ**

**TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN CULTURAL,
PATRIMONIO Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:
ANA MARIA LEBRUN ASPILLAGA**

**ASESOR:
DR. JORGE VICENTE MAYURI BARRÓN**

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mis sobrinos Jean Pierre, Rodrigo, Jean Carlo, Eduardo y Valentina Lebrún para que perseveren a lo largo de sus vidas y logren todos sus sueños.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi asesor Dr. Jorge Vicente Mayuri Barrón por su tiempo, dedicación, paciencia y constante orientación a lo largo de la elaboración de la tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Páginas
PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	xivv
ABSTRACT	xv
CHINTIYNIN.....	xvi
INTRODUCCIÓN	177
Descripción de la situación problemática.....	177
Formulación del problema.....	20
Objetivos de la investigación.....	21
Justificación de la investigación	22
Importancia de la investigación.....	23
Viabilidad de la investigación.....	23
Limitaciones del estudio.....	24
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	266
1.1 Antecedentes de la investigación	311
1.2 Bases teóricas.....	388
1.3 Definición de términos básicos	1255
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	129

2.1	Formulación de hipótesis principal y derivadas	1299
2.2	VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	130
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		1377
3.1	Diseño metodológico	1377
3.2	Diseño muestral.....	1377
3.3	Técnicas de recolección de datos	137
3.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	13838
3.5	Aspectos éticos	138
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		139
4.1	Análisis de los resultados cuantitativos	139
4.2	Análisis de la prueba de hipótesis	153
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN		161
CONCLUSIONES.....		172
RECOMENDACIONES		175
FUENTES DE INFORMACIÓN		178
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....		178
ANEXO 2: ENCUESTA		178
ANEXO 3: FICHA DE VALIDACIÓN CON OPINIÓN DE EXPERTOS		178

ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla 1. Espacios y áreas públicas administradas por la Municipalidad distrital de Barranco	37
Tabla 2. Definición de cultura.....	97
Tabla 3. Definición de consumo cultura	99
Tabla 4. Grado de información respecto del sexo, edad, nivel de estudios y nivel de ingresos de la población.....	118
Tabla 5. Relación de las actividades culturales respecto del sexo, edad, nivel de estudios y nivel de ingresos de la oferta cultural andaluza	121
Tabla 6. Matriz de la operacionalización de las variables	134
Tabla 7. Prueba de normalidad.....	139
Tabla 8. Tabla de frecuencia V1 agrupada	139
Tabla 9. Resumen de procesamiento de casos	140
Tabla 10. Estadísticas de fiabilidad V1	141
Tabla 11. Tabla de frecuencia D1V1 agrupada.....	142
Tabla 12. Tabla de frecuencia D2V1 agrupada.....	143
Tabla 13. Tabla de frecuencia D3V1 agrupada.....	144
Tabla 14. Tabla de frecuencia D4V1 agrupada.....	145
Tabla 15. Tabla de frecuencia D5V1 agrupada.....	146
Tabla 16. Tabla de frecuencia V2 agrupada	147
Tabla 17. Resumen de procesamiento de casos	148
Tabla 18. Estadísticas de fiabilidad V2	148
Tabla 19. Tabla de frecuencia D1V2 agrupada.....	149

Tabla 20. Tabla de frecuencia D2V2 agrupada.....	150
Tabla 21. Tabla de frecuencia D3V2 agrupada.....	151
Tabla 22. Tabla de frecuencia D4V2 agrupada.....	152
Tabla 23. Correlaciones	153
Tabla 24. Correlaciones	154
Tabla 25. Correlaciones	156
Tabla 26. Correlaciones	157
Tabla 27. Correlaciones	158
Tabla 28. Correlaciones	159

ÍNDICE DE FIGURAS

	Páginas
Figura 1. Barranco y su ubicación dentro de Lima Metropolitana.	26
Figura 2. Plano de zonas del distrito de Barranco.....	27
Figura 3. Asistencia a actividades culturales.	31
Figura 4. Participación cultural en los últimos doce meses en nueve actividades artístico culturales en el año 2017.	32
Figura 5. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas.	33
Figura 6. Los consumos culturales y las diferencias generacionales.....	33
Figura 7. Los consumos culturales y las diferencias de accesibilidad por nivel socioeconómico.....	34
Figura 8. Asistencia a actividades culturales en los últimos doce meses.	35
Figura 9. Casa donde nació María Rostworowski.....	39
Figura 10. Casa donde vivió Mario Vargas Llosa.....	40
Figura 11. Casa de Mario Vargas Llosa al momento de su demolición.	40
Figura 12. Centro Cultural Beltroy.....	42
Figura 13. La laguna del Centro Cultural Beltroy.	42
Figura 14. Centro Cultural Beltroy.....	43
Figura 15. Casa Bullita.....	43
Figura 16. Parque Municipal de Barranco.....	45
Figura 17. Parque Municipal de Barranco año 2016.....	46
Figura 18. Boulevard Sánchez Carrión año 2017.	46
Figura 19. Puente de los Suspiros año 1906.	47
Figura 20. Puente de los Suspiros año 2011.	48

Figura 21. Bajada de los Baños.	48
Figura 22. Bajada de los Baños.	49
Figura 23. Bajada de los Baños año 2011.	49
Figura 24. Bajada de los Baños año 2011.	50
Figura 25. Plazuela Villarreal año 2011.	51
Figura 26. Detalle de monumento a Federico Villarreal.	51
Figura 27. Pasaje Abregú.	52
Figura 28. El Mirador.....	53
Figura 29. Paseo Sáenz Peña año 2016.	54
Figura 30. Malecón Pazos año 2016.....	54
Figura 31. Malecón de los Ingleses.....	55
Figura 32. Malecón de los Ingleses.....	56
Figura 33. Plaza Butters año 2017.....	57
Figura 34. Parque Antonio Raimondi en el año 1907.....	57
Figura 35. Parque Antonio Raimondi.	58
Figura 36. Parque Antonio Raimondi.	58
Figura 37. Parque Antonio Raimondi año 2017.	58
Figura 38. Parque Chabuca Granda año 2011.	59
Figura 39. Plaza San Francisco año 2017.	60
Figura 40. Alameda Chabuca Granda año 2017.....	61
Figura 41. Biblioteca Municipal, anteriormente y por muchos años funcionó la Municipalidad Distrital de Barranco.	62
Figura 42. Biblioteca Municipal año 2016.	63
Figura 43. Estación del Funicular.....	64
Figura 44. Estación del Funicular, año 2011.....	65

Figura 45 El tranvía de Barranco, año 2011	66
Figura 46. Casa Rosell – Ríos.	67
Figura 47. Casa Rosell – Ríos.	68
Figura 48. Casa Rosell – Ríos durante CASACOR, año 2009.....	68
Figura 49. Palacete Sousa.....	69
Figura 50. Palacete Sousa, vista lateral del ingreso.	69
Figura 51. Palacete Sousa, año 2013.....	70
Figura 52. Palacete Sousa, año 2013.....	70
Figura 53. Palacete Sousa, año 2013.....	71
Figura 54. Fachada posterior del Palacete Sousa, año 2013.	71
Figura 55. Casa de José María Eguren, año 2011.....	72
Figura 56. Detalle de la casa donde vivió José María Eguren, año 2011.	72
Figura 57. Placa de la Municipalidad de Barranco al poeta José María Eguren, año 2011.....	73
Figura 58. Casa donde vivió Abraham Valdelomar en la actualidad, año 2016.	73
Figura 59. Iglesia Santísima Cruz de Barranco, año 2011.....	74
Figura 60. Iglesia La Ermita año 1906.	75
Figura 61. Iglesia La Ermita año 2011.	76
Figura 62. Iglesia La Ermita año 2016.	76
Figura 63. Iglesia San Francisco año 1908.....	77
Figura 64. Iglesia San Francisco año 2011.....	78
Figura 65. Plano de ubicación del Museo de Arte Contemporáneo.	79
Figura 66. Museo de Arte Contemporáneo, año 2016.	80
Figura 67. Museo de la Electricidad, año 2017.....	80

Figura 68. Museo Pedro de Osma, año 2016.	82
Figura 69. Museo Pedro de Osma, año 2016.	82
Figura 70. Interior del Museo Pedro de Osma, año 2016.	83
Figura 71. Interior del Museo Pedro de Osma, año 2016.	83
Figura 72. Museo Mario Testino – MATE, año 2016.....	84
Figura 73. Porcentaje de personas que no han accedido nunca o casi nunca a esta actividad cultural.	102
Figura 74. Porcentaje de personas que han accedido a actividades de artes escénicas y musicales.	108
Figura 75. Porcentaje de personas que han accedido a monumentos, museos, exposiciones, galerías de arte y bibliotecas.	109
Figura 76. Estructura del estudio Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017.....	111
Figura 77. Participación en nueve actividades artístico culturales por rangos de edad en el año 2017.....	112
Figura 78. Participación en actividades culturales por nivel educacional.....	113
Figura 79. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas por rango de edad.....	114
Figura 80. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas por nivel educacional	114
Figura 81. Grado de interés por la oferta cultural de Andalucía.....	118
Figura 82. Grado de información de la agenda cultural en el entorno físico más cercano.....	118
Figura 83. Porcentajes de asistencia y no asistencia de los andaluces a las actividades culturales.	120

Figura 84. Nivel de conocimiento de los monumentos andaluces Patrimonio de la Humanidad.	121
Figura 85. Variable 1 agrupada.....	140
Figura 86. Dimensión 1 variable 1 agrupada.....	142
Figura 87. Dimensión 2 variable 1 agrupada	143
Figura 88. Dimensión 3 variable 1 agrupada	144
Figura 89. Dimensión 4 variable 1 agrupada	145
Figura 90. Dimensión 5 variable 1 agrupada	146
Figura 91. Variable 2 agrupada.....	147
Figura 92. Dimensión 1 variable 2 agrupada	149
Figura 93. Dimensión 2 variable 2 agrupada	150
Figura 94. Dimensión 3 variable 2 agrupada.....	151
Figura 95. Dimensión 4 variable 2 agrupada	152
Figura 96. Sexo de los encuestados.....	161
Figura 97. Rango de edad de los encuestados.....	162
Figura 98. Nivel educativo de los encuestados.....	162
Figura 99. Considera que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales	163
Figura 100. ¿Ha asistido a actividades culturales en espacios privados?	164
Figura 101. ¿Conoce el patrimonio cultural inmueble de Barranco?	165
Figura 102. ¿Considera que el patrimonio cultural inmueble se encuentra en buen estado de conservación.....	166
Figura 103. Es de su interés visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición.....	169

Figura 104. Dispone de un gasto mensual para visitar patrimonio cultural inmueble.....170

RESUMEN

Barranco, es el distrito limeño considerado capital de la bohemia cultural y turística, cuenta con una diversidad de espacios, actividades, bienes y servicios culturales y turísticos, así como de un numeroso patrimonio inmueble de bella arquitectura tradicional limeña de los siglos XIX y XX, siendo un lugar tradicional que permanece en el tiempo para los vecinos y turistas nacionales y extranjeros.

El presente trabajo de investigación analizó la influencia existente entre la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú. El objetivo principal fue determinar la influencia entre la oferta cultural urbana y el consumo cultural. El diseño metodológico utilizado es cuantitativo – no experimental, transeccional, correlacional – causal, debido a que busca establecer la relación o dependencia entre dos variables; para este caso, la variable independiente es la oferta cultural urbana y la variable dependiente es el consumo cultural.

Se elaboraron encuestas, mediante un cuestionario, con sus dimensiones e indicadores, a los vecinos del distrito de Barranco, quedando delimitada la muestra por aquellos ciudadanos que se encuentran dentro del rango de 18 años en adelante, con una muestra representativa total de 62, utilizando la escala Lickert de cinco niveles. La participación de los encuestados ha sido realizada a través del correo electrónico debido a la situación de pandemia del COVID 19 que se vive a nivel mundial. Se concluye que la oferta cultural urbana tiene una influencia de causalidad con respecto al consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Palabras clave: oferta cultural urbana, consumo cultural, Barranco, oferta cultural en Barranco, consumo cultural en Barranco.

ABSTRACT

Barranco, a Lima district, is considered the capital of cultural and tourist bohemia. It holds a diversity of spaces, activities, cultural and tourist goods and services; furthermore, it exhibits a numerous real-estate heritage of picturesque Lima architecture from the 19th and 20th centuries, being a traditional place that is preserved in time for the occupants as well as for national and foreign tourists.

The present research analyzed the existing relationship between the urban cultural offer and the cultural consumption of the residents of the Barranco district in Lima, Peru. The main objective was to determine the relationship between urban cultural offer and cultural consumption. The methodological design used is quantitative - not experimental, transectional, correlational - causal, since it seeks to establish the relationship or dependence between two variables; for this case, the independent variable is urban cultural offer and the dependent variable is cultural consumption.

Surveys were prepared, through a questionnaire, with its dimensions and indicators, to the residents of the district of Barranco, the sample being delimited by those citizens who are within the range of 18 years and older, with a total representative sample of 62, using the five-level Lickert scale. The participation of the respondents has been carried out through email due to the COVID-19 pandemic situation that is taking place worldwide. It is concluded that the urban cultural offer has a significant causal relationship with respect to the cultural consumption of the residents of the Barranco district in Lima, Peru.

Keywords: urban cultural offer, cultural consumption, Barranco, cultural offer in Barranco, cultural consumption in Barranco.

CHINTIYNIN

Barrancom, chapu chapu kawsayniyuq limapa distritonqa riqsiqam, llapa imankunapas qawanapaq, achka pampayuqkunam, ruraykuna, bienes y servicios culturales y turísticos nisqankunapas, chaynallataqmi ñawapaq XIX XX pachakkunapi pirqakunapas; chaymi pachapi kan wasimasikunapaqwan hawa suyu runakunapaqpas qawanankupaq.

Kay hamutasqa ruraymi maskarqan chay imaynam llaqtapa kawsayniy munachikuqwan Perú suyupa distrito Barrancopi tiyakuqkuna kuyay munasqankunawan chakanakuspa tinkusqantam. Munayninmi karqan llaqtapa kaysayninta chaymanta imaynam chay kawsaykuna qawachiyimi. El diseño metodológico nisqanqa kamachin cuantitativo nisqanwanmi- no experimental, transeccional, correlacional – causal nisqankunam, imayna chay iskay variables nisqankunatam maskan tinkuchiyta, chaymi chay variable independiente nisqan a oferta cultural urbana chaymanta variable dependiente nisqanñataqmi consumo cultural.

Rurakurqanmi tapukunapas, huk cuestionario nisqanwan, llapa rakinkunawan, uña rakinkunawan, distrito Barranco wasimasikunaman, chaymantam qiparqan muestra nisqan chay 18 watayuqpa ukllanpi runakunawan, chay huk 62 akllasqa riqsichikuyninwan, 5 patachasqapi; escala de Lickert nisqanwan rurasqa. Tapukuna ruraymi correo electrónico nisqantakama karqan; tiqsi muyupi COVID 19 unquywan sasachakusqanchikrayku. Tukuyninpim nichik chay cultura urbana munachikuymi huk allinman tinkusqa chay imaynatam munanku chay Lima, Piruw suyupi distrito Barrancopi tiyaqkuna.

Riqsiy simikuna: cultural urbana munachikuy, consumo cultural nisqan, Barranco, munachiy, Barrancopa cultural nisqan munakuy.

INTRODUCCIÓN

Descripción de la situación problemática

El distrito de Barranco, a lo largo de los años, se ha caracterizado por los numerosos espacios y actividades culturales y turísticos donde el patrimonio inmueble es invaluable, el mismo que es poco apreciado, difundido ni valorado, vinculándose con la desarticulación espacial entre la población, debido a la brecha social, económica y cultural entre las diversas zonas del distrito.

Debido a la pequeña extensión del distrito, las vías principales se ven colapsadas por el tránsito de transporte público y privado; la creación del Metropolitano que circula por la Av. Bolognesi ha incrementado la disparidad entre ambos sectores, donde la mayor parte de lo ofertado se encuentra ubicado al oeste del distrito; contrariamente a la zona este, donde se conservan importantes manifestaciones culturales, asociándosele a la delincuencia, por lo que el acceso a las actividades culturales es vulnerable. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a; (Municipalidad distrital de Barranco y Organización Panamericana de la Salud, 2002).

La ausencia de una visión integral del distrito favorece la desarticulación del distrito, asimismo la delincuencia, la ilegalidad, la drogadicción, asaltos, robos, pandillaje, consumo de alcohol, peleas escolares y callejeras, violencia familiar, entre otras, genera que no se logren posibles inversiones para el beneficio y desarrollo integral de Barranco, a pesar que el distrito está considerado como bohemio, histórico y cultural. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a; Municipalidad distrital de Barranco y Organización Panamericana de la Salud, 2002).

Un factor relevante a esta problemática es el escaso apoyo del estado y el sector privado en salvaguardar el patrimonio existente, debido a la falta de mantenimiento,

protección y preservación que genera una preocupante indiferencia que se perenniza en el tiempo.

La falta de sensibilidad y concientización de la comunidad barranquina, y la inexistencia de una política cultural, genera que el patrimonio cultural desaparezca sin que el ciudadano de a pie tenga la oportunidad de conocerlo.

Un aspecto relevante de la falta de participación e inclusión de los ciudadanos barranquinos en el consumo cultural es el escaso presupuesto para las actividades y eventos culturales que son significativos para el aprendizaje constante de niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores en la sociedad.

Las actividades que se realizan en Barranco se desarrollan en la zona céntrica del distrito, generando desatención a las zonas periféricas y caos vehicular, teniendo en cuenta que no existen zonas para estacionamiento, asimismo de los diecinueve espacios públicos que cuenta la municipalidad, sólo siete de ellos cuenta con infraestructura cultural. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a).

No se cuenta con una adecuada relación con los agentes y actores culturales del distrito (gestores culturales, instituciones y empresas culturales, asociaciones, promotores, colectivos, artistas, entre otras). No existe un trabajo integral entre la municipalidad y todos los agentes culturales mencionados, generando acciones esporádicas y poco visibles. La municipalidad no promueve las artes escénicas, la artesanía, las expresiones culturales, la promoción de centros culturales y museos, los que son desarrollados y gestionados por la empresa privada y los residentes del distrito. Igualmente, no se reconoce en su totalidad el trabajo de los artistas como un servicio profesional, habiendo convocado a artistas de forma gratuita, vulnerando la profesión artística. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a).

La debilidad de la institucionalidad municipal ha generado la ineficiente comunicación dentro de la municipalidad, existiendo descoordinaciones con los residentes del distrito en relación a las autorizaciones para actividades culturales, asimismo no existe información del sector cultural en Barranco, carece de un plan de comunicación, no cuenta con una relación entre las distintas entidades del estado como el Ministerio de Cultura - MINCUL, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, entre otras instituciones para estrechar lazos de colaboración y trabajo en conjunto. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a).

Otro factor negativo que afecta considerablemente a Barranco es la intensa actividad inmobiliaria, la que se visualiza en la edificación desproporcionada de elementos arquitectónicos contemporáneos, sin respetar el patrimonio inmueble, afectando el perfil urbano tradicional del distrito.

Barranco cuenta con espacios culturales limitados, siendo en su gran mayoría espacios que pertenecen al sector privado tales como el Museo de Arte Contemporáneo – MAC, Museo de la Electricidad, Museo Pedro de Osma y Museo Mario Testino - MATE, asimismo los centros culturales, galerías y espacios de artes plásticas y escénicas, asociaciones culturales, teatros, bibliotecas y salas de lectura, brindan servicios culturales para un público objetivo determinado. Los limitados espacios del sector público generan que no se consolide una adecuada oferta cultural destinada a la comunidad barranquina.

A través de la investigación denominada **“La oferta cultural urbana y el consumo cultural. El caso del distrito de Barranco en Lima - Perú”**, se pretende determinar el tipo de oferta cultural en Barranco y el tipo de consumo cultural que realizan los habitantes del distrito, considerando toda la población barranquina para

poder brindar una oferta cultural diversificada y lograr que los momentos de tiempo libre y ocio de los habitantes de Barranco se centralicen en ellos.

A partir de los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS y con un planteamiento integral y estructurado por la Municipalidad de Barranco y todos los actores involucrados públicos y privados, se lograría una adecuada sostenibilidad medio ambiental, económica y social en beneficio de la comunidad barranquina y de los turistas nacionales e internacionales que visiten el distrito para recreación y disfrute. La Municipalidad de Barranco debe introducir en las normas y procedimientos de la institución y, en las prácticas profesionales de sus colaboradores el Código Ético Mundial para el Turismo, como parte integral del desarrollo sostenible de la comunidad, para la mejora de la calidad de vida de los habitantes de Barranco y el beneplácito de los visitantes. Otro factor de relevancia que debe tenerse en cuenta son los trabajos que se debe realizar a través de campañas permanentes de sensibilización y concientización para toda la población para su mejora continua para lograr, de esta manera, los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Formulación del problema

Problema general

¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?

Problemas específicos

1. ¿En qué medida las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?

2. ¿En qué medida la inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?
3. ¿En qué medida la inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?
4. ¿En qué medida el patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?
5. ¿En qué medida la infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Objetivos específicos

1. Determinar en qué medida las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
2. Determinar en qué medida la inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

3. Determinar en qué medida la inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
4. Determinar en qué medida el patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
5. Determinar en qué medida la infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Justificación de la investigación

La investigación va a permitir generar reflexión y debate académico respecto del patrimonio cultural tangible e intangible, las artes plásticas, visuales y escénicas, la música, las actividades culturales, entre otras, del distrito de Barranco, la misma que debe ser inclusiva para todos los residentes barranquinos que permita tener un crecimiento cultural y educativo a partir de actividades de consumo cultural en espacios accesibles, permanentes, participativos e inclusivos.

Se precisa la democratización para el acceso irrestricto a los bienes y servicios culturales que se ofrece a los habitantes de Barranco permite una pertinente, significativa y oportuna renovación y crecimiento en valores como un agente transformador de la sociedad en general.

Los beneficiarios directos serán los residentes de Barranco y los pobladores de los distritos aledaños que también podrán participar en la programación cultural que se realice en Barranco, así como los visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales.

Importancia de la investigación

La información obtenida de la investigación es relevante, debido a que permite dar oportunidades para la resolución de la problemática social del distrito debido a la insuficiente realización de actividades y/o eventos culturales que se generen para la población de Barranco ocupando sus horas de tiempo libre y ocio.

A partir de la investigación se logrará conocer las preferencias de consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco que permitiría brindar una oferta cultural apropiada relacionada a desarrollar actividades y/o eventos culturales, entendiéndose como actividad cultural aquellas como: artes visuales, artes escénicas, artes plásticas, formación artística, música, entre otras.

Los beneficiarios directos de la presente investigación serán los residentes de Barranco y todos los visitantes que consuman la oferta cultural del distrito, la población beneficiada serán los visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales, así mismo los niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores. Igualmente, las minorías étnicas, población LGTBI, población vulnerable, personas con discapacidad física, auditiva, sonora y cognitiva, para lo cual se tendrá en consideración la accesibilidad universal.

Viabilidad de la investigación

Esta investigación es viable debido a que el ámbito de realización del estudio se centra en la oferta y el consumo cultural en Barranco. Para ello es necesario tener en consideración la disponibilidad para cumplir con la investigación en el tiempo previsto, además de contar con los recursos económicos, materiales y humanos.

El tiempo para la realización de la investigación se encuentra garantizado debido a que, para el año 2020 se dispondrá de un año sabático que permitirá la realización permanente y continua de la tesis.

En relación a los recursos económicos se cuenta con ellos, además considerando los costes y beneficios que va a generar la investigación permitiría que, de manera consciente, las autoridades y ciudadanos, generen la realización de actividades culturales para el entretenimiento de los residentes barranquinos en su tiempo libre y momentos de ocio.

Se cuentan con los recursos materiales necesarios que va a permitir cumplir y lograr los objetivos de la investigación, contando con los equipos, herramientas e insumos requeridos para todas las etapas de la investigación, así como los recursos tecnológicos y de infraestructura indispensables para la culminación exitosa del estudio.

Los recursos humanos considerados para las diversas etapas del estudio van a estar compuestas por colaboradores que van a formar parte del cumplimiento de los planteamientos determinados en la investigación, los mismos que contarán con diversas responsabilidades, actividades y/o tareas puntuales a desarrollar a lo largo del tiempo.

Limitaciones del estudio

Las limitaciones más significativas se encuentran relacionadas al aspecto bibliográfico, los estudios existentes son insuficientes sobre consumo y oferta cultural en Lima Metropolitana que permita ser un referente valioso para el estudio. En el año 2016, la Municipalidad Distrital de Barranco realizó un diagnóstico y un

plan de cultura, lo que ha permitido visibilizar la problemática existente y las acciones a realizar.

Actualmente la limitación más relevante es el COVID – 19 el mismo que no permite que se desarrollen ningún tipo de actividades ni eventos culturales presenciales para la población local ni metropolitana.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

Lima Metropolitana cuenta con 43 distritos, uno de ellos es Barranco, creado el 26 de octubre de 1874 y es el más pequeño de todos. Las colindancias del distrito son las siguientes:

- Norte: Miraflores.
- Sur: Chorrillos.
- Este: Santiago de Surco.
- Oeste: Océano Pacífico.



Figura 1. Barranco y su ubicación dentro de Lima Metropolitana. (Recuperado de Wikipedia, 2020)

Barranco es un distrito de mayor encanto de Lima, debido a sus hermosas casonas, su malecón y hermoso litoral. Destaca como residencia de artistas, escritores y

pintores, centro de la bohemia, lugar de encuentro de jóvenes y adultos; además, el distrito ofrece reminiscencias del pasado y la modernidad de la arquitectura.

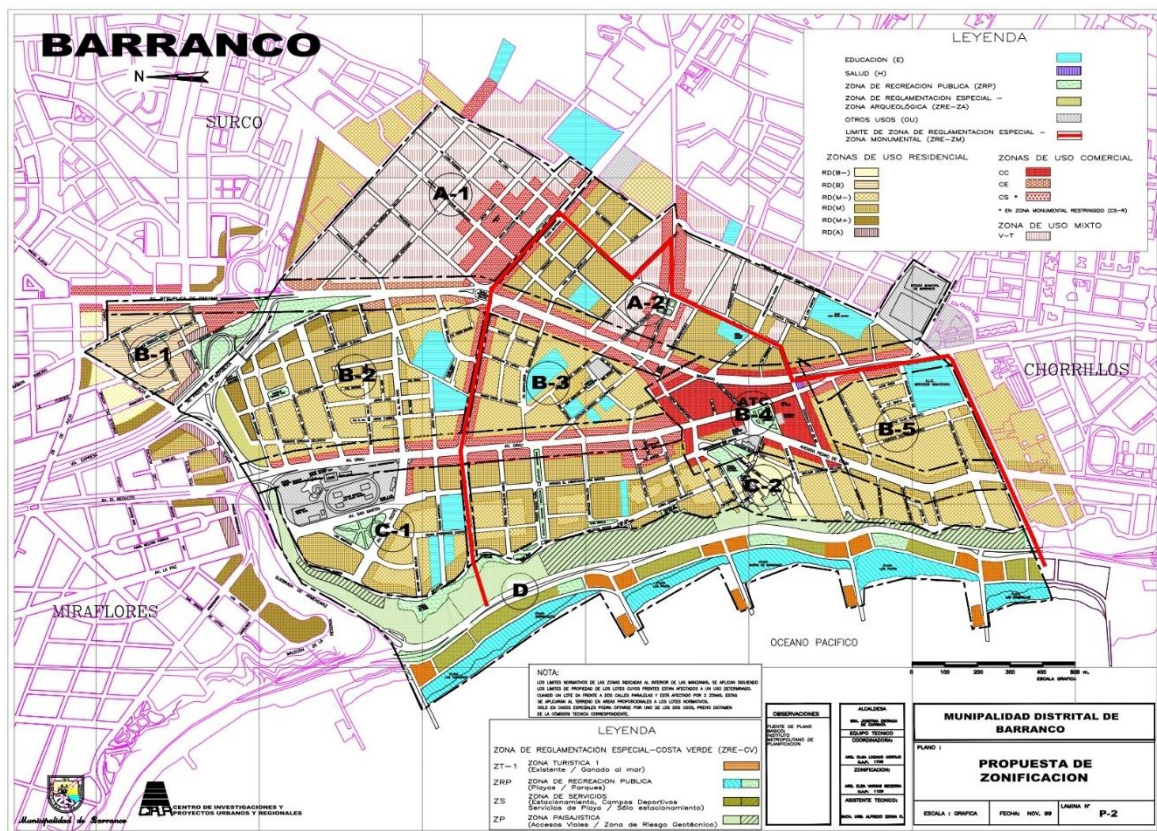


Figura 2. Plano de zonas del distrito de Barranco. (Recuperado de Municipalidad distrital de Barranco, s.f.)

La actividad cultural y turística es propia del distrito, cuenta con diversos inmuebles patrimoniales, oferta cultural a través de los museos, centros culturales, galerías, infraestructura cultural, espacios públicos, así como diversas actividades y eventos culturales que desarrolla el sector público y privado para los vecinos y visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales, convirtiendo a Barranco en un foco de expresión artística y creativa inigualable, con un vasto potencial que lo ha convertido en un punto de encuentro cultural nacional y latinoamericano.

Barranco cuenta con un patrimonio monumental invaluable, es decir, casas casonas e iglesias reconocidas como patrimonio inmueble declarado por el MINCUL y que constituye una importante oferta cultural desaprovechada.

En Barranco, se debe considerar que existen diversas propuestas culturales y artísticas producidas en espacios públicos y privados, con infraestructura, así como los virtuales y simbólicos, promovidos por la empresa privado y la sociedad civil. A estos espacios acceden y participan el público y los creadores, en donde se integran personas en un sano encuentro de convivencia y de reconocimiento identitario de la comunidad barranquina.

Los centros culturales de Barranco como parte de la infraestructura cultural, sirven de espacio común para las iniciativas y proyectos artístico - culturales. A partir de estas actividades se puede construir el tejido social y cultural de Barranco, así como el fortalecimiento de la sociedad peruana.

La práctica cultural es muy importante en cualquier ámbito social, debido a que se encuentra íntimamente relacionada a las personas, por lo que el estado debe facilitar, generar y articular el desarrollo cultural dentro del ámbito institucional, en coordinación con todos los sectores de la sociedad civil nacional.

Barranco cuenta con una producción arquitectónica rica y variada a lo largo de más de doscientos sesenta años. La edificación civil barranquina existe desde el siglo XVIII, constituido por casas rurales y desde finales e la centuria por la Ermita de la Santísima Cruz. Barranco se independiza de Santiago de Surco en el año 1874, siendo en este periodo donde aparecen las primeras expresiones urbanas en las proximidades de la Ermita con los iniciales ranchos, el Puente de los Suspiros, la Bajada de los Baños, entre otros. (Tord Romero, 2015).

Hasta el terremoto del 24 de mayo de 1940, el distrito conservó su carácter de balneario. Posterior a los años 1860 y el primer tercio del siglo XX, la ciudad se organiza alrededor de cuatro grandes vías y calles secundarias, ubicadas al este el

jirón Lima; al norte los jirones Centenario, Nicolás de Piérola y la avenida José Balta y; al sur el jirón Independencia. (Tord Romero, 2015).

Un primer periodo transcurre entre la Guerra del Pacífico hasta la primera década del siglo pasado. Las viviendas eran de material de adobe, quincha, barro y fierro, edificaciones denominadas ranchos por tratarse de casas de balneario sencillas y habitación temporal. “Eran de un solo piso, con fachada tripartita en cuyo centro se abría una galería de ingreso defendida por una sencilla reja que llegaba hasta el techo. La carpintería de madera se empleaba en puertas, ventanas, columnas de balaustres” (Tord Romero, 2015, pág. 139). Posteriormente “se levantan solo ranchos con reja hasta el límite de la vereda, sino edificaciones que poseen patio de ingreso y planta en forma de L con elementos ornamentales de ascendencia renacentista” (Tord Romero, 2015, pág. 139).

En el segundo periodo desaparece la galería para diseñarse ranchos con planta en U, con dos cuerpos laterales. Cuenta con elementos decorativos a base de yeso en lugar de madera. (Tord Romero, 2015).

La tercera etapa se encuentra ubicada entre 1910 y 1920, se levantan casonas denominadas villas, donde predomina la corriente ecléctica y victoriana. Posteriormente, varias edificaciones adquieren dimensiones de palacetes con diseños neocolonial, art-decó y neoclásico. Entre 1930 y antes del terremoto de 1940, se crean nuevas urbanizaciones y se realizan menos villas y ranchos sencillos. (Tord Romero, 2015).

Uno de los aspectos negativos del distrito es la división existente en los ámbitos social y cultural, debido a que la mayoría de los bienes y servicios culturales ofertados en Barranco están ubicados en la zona oeste del distrito, asimismo la

incorporación del Metropolitano¹ generando división territorial, excluyendo de esta manera a un amplio sector de la población barranquina.

En este distrito se afincaron artistas, escritores, poetas, pintores, compositores, instrumentalistas y cantantes de reconocida trayectoria. Entre los escritores se encuentran Pedro Paz Soldán y Unanue, José María Eguren, Martín Adán, Abraham Valdelomar, Manuel Beingolea, Enrique A. Carrillo, Enrique Bustamante y Ballivián, Percy Gibson, Alberto Ulloa, Leonidas Yeroví, Enrique Peña Barrenechea, César Moro, José Diez Canseco, Eduardo Calvo, Juan Ríos, Estuardo Núñez, Mario Vargas Llosa, entre otros.

Artistas de reconocida trayectoria son parte de la historia de Barranco como Víctor Delfín, Carlotta Carvallo, Jorge Holguín de Lavalle, Fernando de Szyszlo, Ella Krebs, Eduardo Moll, Lika Mutal, Ricardo Wiesse y Enrique Polanco.

El científico y matemático Federico Villarreal, es otro personaje que ha vivido en Barranco y que ha sido reconocido por el concejo barranquino, al cual se le dedica, en el parque Federico Villarreal, un monumento en su honor, el mismo que se inauguró en 1926.

Han residido o residen en Barranco varios compositores, instrumentalistas y cantantes como Chabuca Granda, Manuel Acosta Ojeda, Rosa Palma, Mario Cavagnaro, Carlos Hayre, Carlos Pickling, Jesús Burga, Augusto Polo Campos, Bartola Angulo, Rosa y Alejandro Ascoy, José Luis Valverde López, Roberto Tello y Raúl del Mar, entre otros.

¹ El Metropolitano es un sistema de buses que opera en Lima, es de tránsito rápido. Cuenta con un corredor troncal y una red de alimentadores: El corredor recorre la ciudad de norte a sur, conecta 17 distritos, desde el distrito de Independencia hasta Chorrillos respectivamente.

1.1 Antecedentes de la investigación

1. El Ministerio de Cultura y Deporte de España, realizó en el año 2019 la “Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018 – 2019 (...) dirigida a una muestra de 16 mil personas de 15 años en adelante residentes en España” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 29). La unidad a investigar son los ciudadanos que viven en viviendas familiares y, el ámbito geográfico es España, en el cual se incluye el Ceuta y Melilla. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a).

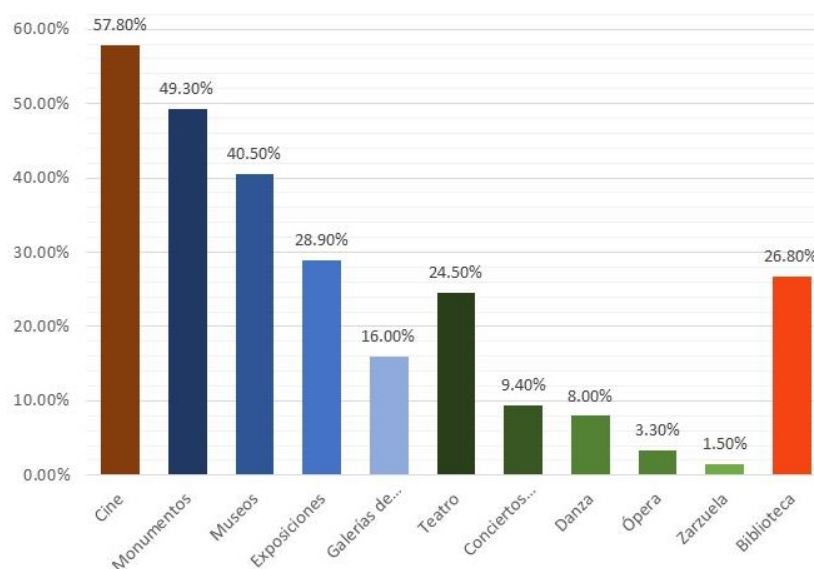


Figura 3. Asistencia a actividades culturales. (Recuperado de Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a; elaboración propia).

La asistencia al cine por parte de los españoles es la más alta con un 57%, luego siguen la asistencia a monumentos y museos, los mismos que suman un total de 89.8%, lo que demuestra la participación y aprecio del ámbito cultural. Finalmente, la asistencia a las artes escénicas (conciertos de música clásica, danza, ópera y zarzuela) son aquellas que convocan menos cantidad de asistencia con un porcentaje total de 22.2%.

2. El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes realizó en el año 2018, de manera colaborativa con diversas instituciones privadas y públicas, la

encuesta a los residentes en Chile de 15 años a más, en poblaciones que residen en centros urbanos de 10 000 residentes dentro del territorio; para este caso no se incluyen zonas de difícil acceso ni zonas rurales. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018).

La participación cultural planteada en la encuesta versa sobre nueve (9) actividades artístico-culturales como: obras de teatro; artes escénicas como ópera y danza; espectáculos de música clásica y actual; cine; exposiciones de arte, compra de objetos elaborados por artesanos (artesanía) y; función de circo.

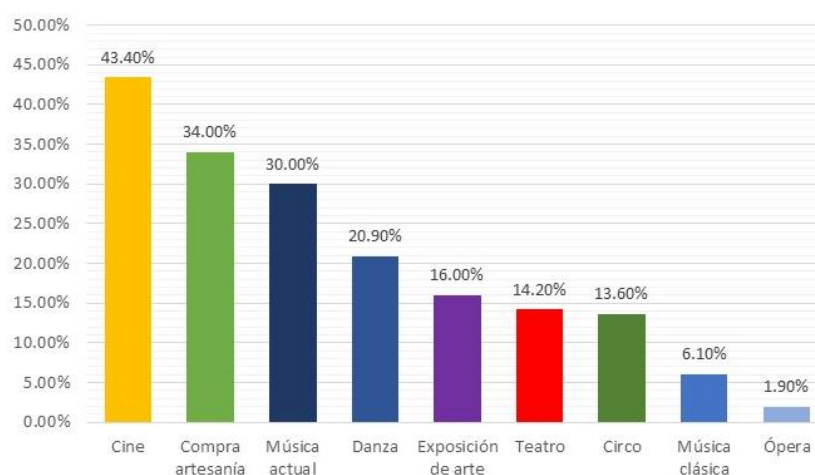


Figura 4. Participación cultural en los últimos doce (12) meses en nueve actividades artístico culturales en el año 2017. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, p. 104, elaboración propia)

En el gráfico siguiente se aprecia que, los chilenos, participan activamente en asistir al cine y en la compra de artesanía con un 77.4%. Al igual que en el caso de los españoles, las asistencias a las artes escénicas como la ópera y la música clásica tiene el menor porcentaje de asistencia con un 8%.

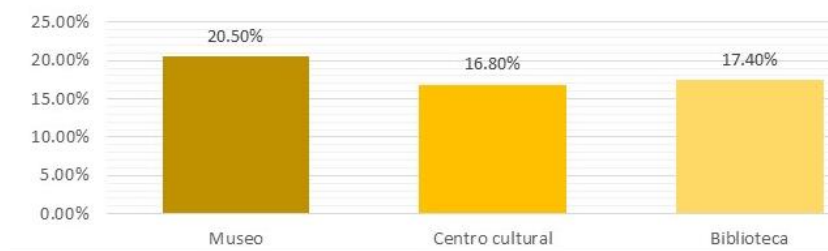


Figura 5. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, p. 110, elaboración propia)

3. El Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología del Gobierno Argentino a través del Sistema de Información Cultural de la Argentina realizaron la Encuesta Nacional de Consumos Culturales en 2017. La encuesta estaba organizada “en tres categorías de edad: jóvenes (13 a 24 años), adultos (25 a 64 años) y adultos mayores (65 años a más)” (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017, pág. 3).

Los resultados indican que “los jóvenes son los que consumen más cultura, los más digitalizados, los que más dinero mueven en el sector y, también quienes irán marcando la tendencia de los consumos culturales del futuro” (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017, pág. 3).

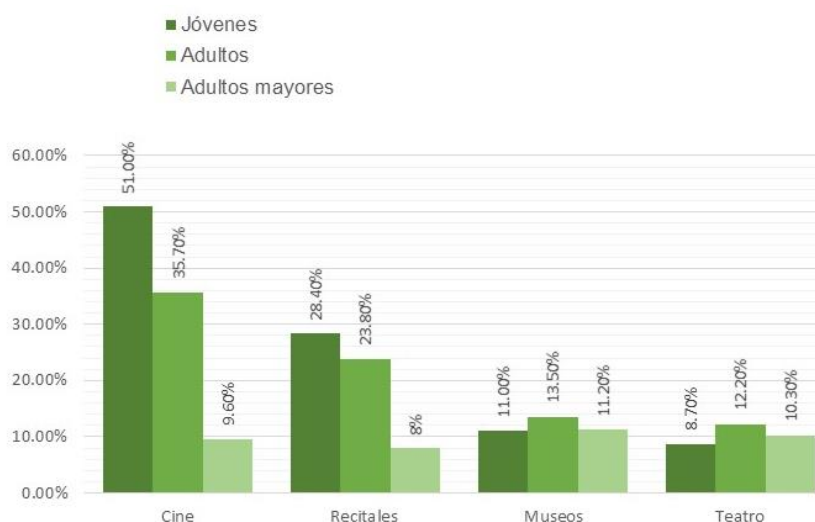


Figura 6. Los consumos culturales y las diferencias generacionales. (Recuperado de Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017, elaboración propia).

La gráfica precedente presenta que, los consumos culturales por parte de los comportamientos generacionales de la población argentina recaen sobre los jóvenes quienes son los mayores consumidores de actividades culturales.

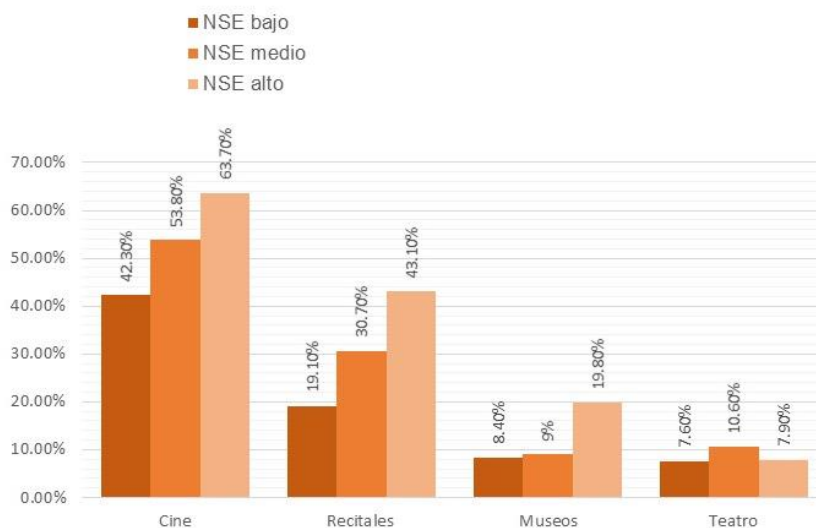


Figura 7. Los consumos culturales y las diferencias de accesibilidad por nivel socioeconómico. (Recuperado de Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017, elaboración propia).

Un aspecto relevante de la visita a los museos se asocia a la capacidad económica y al nivel educativo de la población. Los jóvenes que asisten a museos que pertenecen a un NSE bajo y medio tienen porcentajes similares alrededor del 9%, mientras que los de NSE alto el porcentaje aumenta a un 20%.

Finalmente, las personas que cuentan con un NSE bajo, medio y alto asisten con mayor frecuencia al cine con un 42.3%, 53.8% y 63.7% respectivamente, le siguen los recitales en los tres NSE. Se infiere igualmente que, el teatro es la industria cultural que tiene una menor incidencia en asistencia.

4. La encuesta realizada por la Junta de Andalucía en el año 2017 brinda los resultados de la “Encuesta de la Realidad Social de Andalucía (ERSA) del

Centro de Estudios Andaluces, realizada en noviembre de 2016 a través de entrevistas telefónicas a 1 000 residentes de Andalucía mayores de 16 años” (Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces, 2017, pág. 4).

Las actividades culturales que se han considerado para esta encuesta son las siguientes: cine, teatro, concierto (rock, pop, hip-hop, indie, tecno, canción ligera, copia, canción de autor), espectáculo deportivo, espectáculo o concierto flamenco, museo o exposición, feria del libro, feria de artesanía, concierto (música clásica, ópera, zarzuela, danza o ballet), biblioteca pública, conferencia o congreso, feria comercial, parque natural y zoológico.

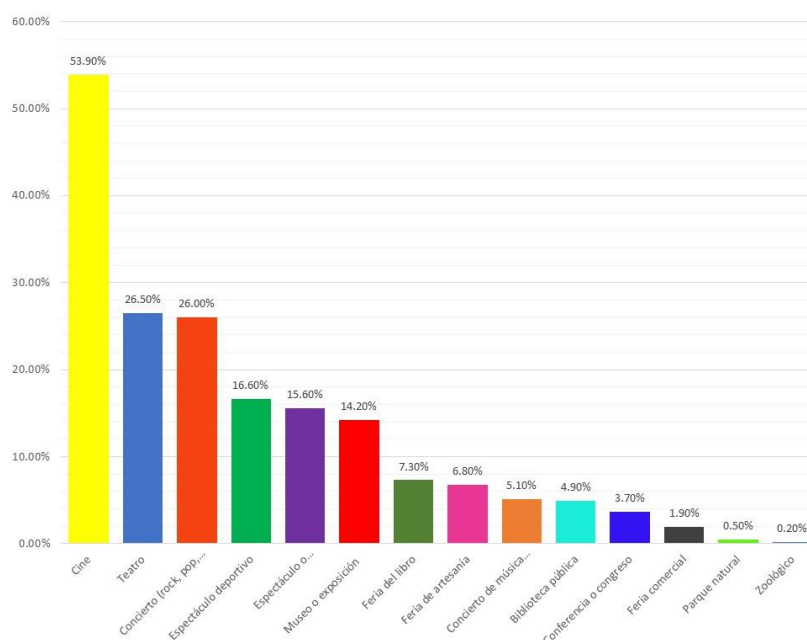


Figura 8. Asistencia a actividades culturales en los últimos doce meses. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, p.10, elaboración propia)

La asistencia que más destaca son las realizadas al cine en los últimos 12 meses con un 53.9%, la asistencia a una función del teatro y a conciertos de rock, pop, hip-hop, indie, tecno, canción ligera, copia y canción de autor suman un total de 52.5%. Es así como estas tres actividades culturales (cine, teatro y música) se erigen como las principales artes que consumen los

andaluces y las andaluzas. Los museos o exposiciones ocupan un 14.20 % de visitas por los habitantes de Andalucía. Finalmente, los menos visitados son los zoológicos con un 0.20%, parques naturales con un 0.5% y las ferias comerciales con un 1.9%. Lamentable es el 4.9% de visitas que realizan los andaluces y las andaluzas a las bibliotecas públicas.

5. En el año 2016, la Municipalidad de Barranco, en el marco de la Agenda 21 realizó un levantamiento cultural del distrito para conocer la realidad y las necesidades de los residentes sobre la oferta y al consumo cultural que permita la realización de un plan cultural de utilidad acorde con la realidad. El documento se basa en el patrimonio cultural, industrias culturales, creación artística contemporánea, así como iniciativas culturales del ámbito público y privado. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a).

Es preciso mencionar la definición de cultura, teniendo en cuenta lo estipulado por la UNESCO, indicando que, cultura es el “conjunto distintivo de una sociedad o grupo social en el plano espiritual, material, intelectual y emocional comprendiendo el arte y literatura, los estilos de vida, los modos de vida común, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2012, pág. 10).

Igualmente “se defina a la cultura como el conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y efectivos que nos caracterizan como sociedad o grupo social” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2012, pág. 10).

Esta visión propuesta por la UNESCO “engloba además de las artes y las letras, nuestros modos de vida, derechos fundamentales, como seres humanos, nuestros sistemas de valores, tradiciones, costumbres y

creencias. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2012, pág. 10).

La cultura, es la forma organizada de la vida social que resulta de la interacción inteligente y socializada desde tiempos antiguos por una comunidad humana. Dicha forma se inspira en una visión del mundo y de la vida y se expresa en un conjunto de normas de pensamiento y de conducta comúnmente aceptadas por el respectivo grupo humano. (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2012, pág. 11).

La Municipalidad de Barranco administra patrimonio arquitectónico para servicios culturales de los vecinos y visitantes, así como espacios y áreas públicas, siendo los siguientes:

Tabla 1.

Espacios y áreas públicas administradas por la Municipalidad distrital de Barranco. (Recuperado de Municipalidad de Barranco, 2016a, elaboración propia).

ESPACIOS Y ÁREAS PÚBLICAS	DESCRIPCIÓN
Bibliotecas y salas de lectura	Biblioteca Municipal Manuel Beingolea Sala de Lectura Parque de La Familia (Vagón de la Lectura) Sala de Lectura Plaza Butters
Espacios públicos	Bajada de los baños Paseo Chabuca Granda Paseo Sáenz Peña Puente de los Suspiros Pasaje Ríos Pérgola de la Estación
Espacios públicos con infraestructura cultural	Parque Municipal de Barranco Parque La Familia

La relación de los espacios y áreas públicas administradas por la Municipalidad de Barranco son reducidas, por lo que su oferta cultural se materializa en reducidos eventos y actividades para la población local, es por ello la necesidad que se generen estrategias y convenios con instituciones privadas del distrito para ampliar y desarrollar planes de cultura sostenibles en el tiempo para beneficio de la población local y los visitantes.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Oferta cultural urbana

Barranco ha sido considerado desde siempre la capital de la bohemia turístico - cultural de Lima, siendo un lugar tradicional donde perdura la bella arquitectura tradicional limeña de los siglos XIX y XX.

Debido al aire tradicional del distrito, innumerables intelectuales y artistas se afincaron en casas cercanas al mar y en la Bajada de Baños. En Barranco se fundó la primera Casa de la Poesía, por donde pasaron poetas como Tomas Escajadillo, César Calvo, Arturo Corcuera, Reynaldo Naranjo, Rodolfo Hinostroza, Mario Razzetto, Juan Ojeda, Carmen Luz Bejarano, Javier Heraud, Luis Enrique Tord, Antonio Cisneros, Raquel Jodorovsky, Gloria Zegarra, Javier Sologuren, Alberto Hidalgo, entre otros. (Tord Romero, 2015).

El balneario de Barranco ha sido el lugar preferido de ilustres vecinos como el escritor José María Eguren, quien vivió en la calle Colón, en casa frente a la Plazuela San Francisco. Martín Adán tuvo su “Casa de Cartón” en la calle Sánchez Carrión y José Carlos Mariátegui escritor, periodistas y pensador político, quien fundó el Partido Socialista en 1928, en la calle Lima, a pocos pasos de la plazuela Raimondi. El escritor y poeta José María Arguedas vivió en la calle Abregú, a unos cuantos metros del Puente de los Suspiros y de la Ermita de Barranco, sirviéndole como musa para una célebre canción de la compositora y cantante Chabuca Granda, titulada “El Puente de los Suspiros” en el año 1960. Siendo niña, Chabuca Granda va a vivir con su familia en el año 1925, su vivienda estaba ubicada en la Bajada de Baños 344.

Sandro Mariátegui Chiappe, ex Premier, ex Ministro de Relaciones Exteriores y ex presidente de la Cámara de Senadores, con su madre y hermanos vivieron en

Barranco entre los años 1936 a 1951; en la calle Sánchez Carrión, Pasaje Ríos y en la tercera cuadra de la Av. Grau. (Bulnes Mallea, 1984).

La historiadora María Rostworowski nació en Barranco en 1915, en el segundo piso de una casona típica de la década de los años 20 del siglo XX, ubicada en la Av. San Martín 160, esquina con la calle Martínez de Pinillos. La Dra. Rostworowski ha ganado el Premio Nacional de Cultura en 1952. Ha sido agregada cultural del Perú en Madrid; directora del Museo Nacional de Historia. Integrante del grupo fundador del Instituto de Estudios Peruanos IEP en 1965. Ha sido distinguida como Doctora Honoris Causa por la Universidad Nacional San Agustín de Arequipa en 1991, por la Pontificia Universidad Católica del Perú en 1996, por la Universidad Femenina del Sagrado Corazón - UNIFÉ en 1996 y por la Universidad Nacional de Trujillo en 1997. En 1990 se le condecora con la Orden de las Palmas Magisteriales (Amauta) y la Universidad Católica de Santa María de Arequipa como profesora honoraria en 1996. (Bulnes Mallea, 1996).



Figura 9. Casa donde nació María Rostworowski. (Recuperado de Bulnes, 1996, p. 7)

Mario Vargas Llosa, escritor, personaje ilustre que vive en España, ganador del Premio Nobel de Literatura 2011, en un inicio vivió en una casona o “rancho barranquino”, ubicado frente al Océano Pacífico, lugar donde escribió sus mejores obras y, donde al postular a la presidencia, se convirtió en el centro obligado de reuniones políticas y sociales. La casona fue derruida a mediados de mayo de 1995, convirtiéndose en un edificio de seis pisos, los dos últimos para el escritor, ubicada en el malecón Paul Harris 194 esquina con la calle Las Magnolias. (Bulnes Mallea, 1984).



Figura 10. Casa donde vivió Mario Vargas Llosa. (Recuperado de Bulnes, 1996. p. 9)



Figura 11. Casa de Mario Vargas Llosa al momento de su demolición. (Recuperado de Bulnes, 1996, p. 25)

El artista plástico, Víctor Delfín, vive en el distrito de Barranco. En un inicio vivió en la Bajada de los Baños, luego se mudó a lo que es ahora su casa, donde trabaja hasta el día de hoy. El pintor Fernando de Szyszlo nació en Barranco en la calle Junín 325 en una casa alquilada, con una espectacular vista al mar con bajada propia a la playa, la casa ya no existe debido a un temblor ocurrido. Vivió en Barranco hasta 1929 hasta que se mudó con su familia a Santa Beatriz. (Bulnes Mallea, 1996).

José Antonio del Busto, nacido en Barranco en el año 1932 fue un ilustre historiador y catedrático, es uno de los peruanos privilegiados en muchos aspectos, uno de ellos es haber tenido la maravillosa oportunidad de seguir la ruta de Orellana que descubrió el río Amazonas. (Bulnes Mallea, 1996).

Otro personaje barranquino es Manuel Beltroy Vera quien destacó como literato, periodista, poeta, traductor de poemas de varios idiomas, maestro, funcionario de educación, propulsor del teatro, de la música en general y de las Bellas Artes.

Una de las casas más conocidas y que todavía quedan en el pensamiento de los barranquinos es el Centro Cultural Beltroy, ubicado en la cuadra 14 de la Av. Grau; lo más atractivo del centro cultural era la laguna, sus paseos en bote o la compra de pececillos, debido a pues congregaba a las familias todos los domingos. En la actualidad no existe debido a que el Instituto Nacional de Cultura – INC le quitó la condición de Patrimonio Cultural de la Nación².

La historia de la demolición del Centro Cultural se inicia en el año 2002, pero entre tantos pedidos se creía que la Municipalidad Distrital de Barranco y el Instituto de Arte Contemporáneo – IAC habían desistido de demoler el Centro Cultural Beltroy,

²La Casa Beltroy fue muy conocida y visitada. Le fue retirada la condición de Patrimonio Cultural de la Nación mediante Resolución Directoral Nacional N° 269 de fecha 30-03-2001 del INC (actual MINCUL).

lamentablemente no fue así y la madrugada del 01 de setiembre de 2001 sorprendió a la comunidad barranquina destruyendo sus instalaciones con un tractor que arrasó con paredes, torre, terraza, galería y laguna circundante. En un cerrar de ojos, toda la historia, tradición, recuerdos y un sinfín de hechos acumulados en más de medio siglo se convirtieron en nada. El lema "museo sí, demolición de la Casa Beltroy no" era la solución.



Figura 12. Centro Cultural Beltroy. (Recuperado de (Universidad de San Martín de Porres, 2013a)



Figura 13. La laguna del Centro Cultural Beltroy. (Recuperado de Antigua Laguna y Zoológico de Barranco, 2013)



Figura 14. Centro Cultural Beltroy. (Recuperado de Antigua Laguna y Zoológico de Barranco, 2013)

El balneario barranquino cuenta hasta la actualidad con un patrimonio monumental invaluable, que a través de los años ha tenido un proceso de pérdida por parte de las autoridades y de la falta de identidad de los vecinos del distrito. A lo largo de los años se han perdido viviendas de carácter histórico – monumental como el Centro Cultural Beltroy, la casa Bullita, entre otras.

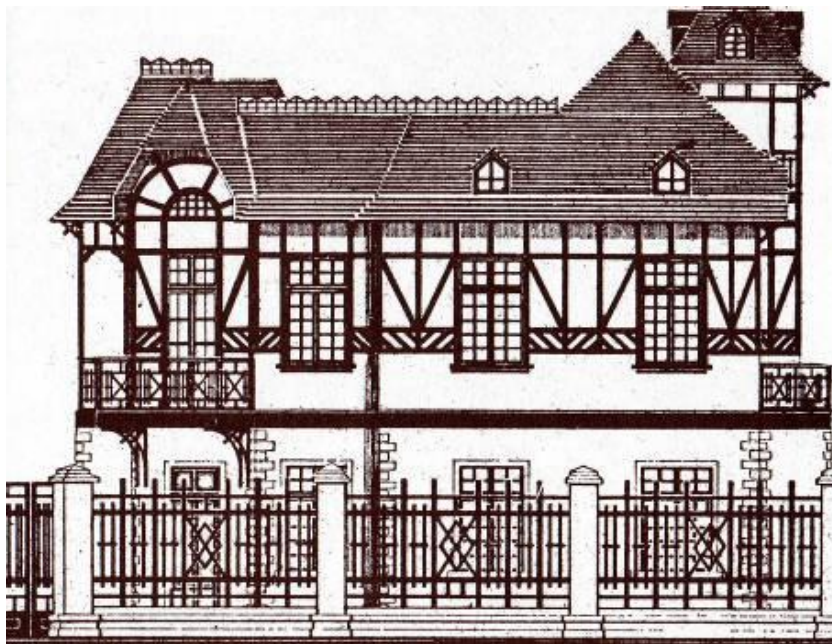


Figura 15. Casa Bullita. (Recuperado de Bulnes, 1996. p. 25)

El MINCUL a través de la Dirección de Patrimonio Histórico Colonial y Republicano y el Reglamento Nacional de Edificaciones³ define la tipología de los Bienes Culturales Inmuebles que se encuentran ubicados en el distrito de Barranco. Los que se encuentran en este sector son los referidos a Zona Urbana Monumental, Ambiente Urbano Monumental, Ambiente Monumental y Monumento.

1.2.1.1 Oferta cultural pública

La oferta cultural pública se basa principalmente en líneas estratégicas de arte, teatro, lectura, música, talleres, actividades para familias y cine. Estas actividades se realizan en infraestructura cultural municipal y espacios públicos para la población barranquina.

1.2.1.1.1 Plazas, paseos, parques y espacios públicos

- Parque Municipal de Barranco

Tradicional y hermoso parque barranquino, inaugurado el 13 de febrero de 1898, en ese periodo era alcalde Pedro Solari entre los años 1885-1899. A lo largo del tiempo ha sufrido diversas remodelaciones, la última refacción

³ “**Zona Urbana Monumental:** Son aquellos sectores o barrios de una ciudad cuya fisonomía debe conservarse por cualquiera de las siguientes razones:

- a) Por poseer valor urbanístico de conjunto;
- b) Por poseer valor documental histórico y/o artístico; y
- c) Porque en ellas se encuentra un número apreciable de monumentos o ambientes urbano monumentales” (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016, pág. 324)

“**Ambiente Urbano Monumental:** Son aquellos espacios públicos cuya fisonomía y elementos, por poseer valor urbanístico en conjunto, tales como escala, volumétrica, deben conservarse total o parcialmente” (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016, pág. 324).

“**Ambiente Monumental:** Es el espacio (urbano o rural), conformado por los inmuebles homogéneos con valor monumental. También se denomina así al espacio que comprende a un inmueble monumental y a su respectiva área de apoyo monumental” (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016, pág. 324).

Monumento: “(...) abarca la creación arquitectónica aislada, así como el sitio urbano o rural que expresa el testimonio de una civilización determinada, de una evolución significativa, o de un acontecimiento histórico” (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016, pág. 324). Puede comprender, además de grandes creaciones, aquellas obras modestas que, a lo largo del tiempo han adquirido un significado cultural. (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016).

importante realizada en el parque, durante la alcaldía de Manuel Montero Bernal, se construyó el estanque rectangular, en donde en el extremo oriental se encuentra la escultura de una Náyade (Nereida), igualmente se remodelaron los jardines y se colocaron adornos como dos farolas que tienen como pedestal tres esculturas de mármol y, un jarrón de cuatro cuerpos. Las bancas de fierro con asiento y respaldares de madera se realizaron en la misma época. En el año 1997, vecinos distinguidos de Barranco donaron el actual reloj de la torre de la Biblioteca. (Tord Romero, 2015).

En la pérgola se realizan diversos espectáculos artísticos y presentación de orquestas que desarrollan actividades y/o eventos artísticos y culturales.



Figura 16. Parque Municipal de Barranco. (Recuperado de Bulnes, 1996. p. 20)



Figura 17. Parque Municipal de Barranco año 2016. (Fuente propia)

- **Boulevard Sánchez Carrión**

El nombre del boulevard lleva el nombre del prócer de la independencia y representante del Parlamento Nacional. Calle tradicional, además albergó a distinguidas familias. Une la Av. Bolognesi con la Av. Grau, es un camino obligado para llegar al Parque Municipal y para dirigirse a la Alameda Chabuca Granda, Puente de los Suspiros, Bajada de los Baños, Mirador y a la Iglesia La Ermita. Actualmente cuenta con espacios culturales y turísticos, los mismos que son visitados por turistas nacionales y extranjeros.



Figura 18. Boulevard Sánchez Carrión año 2017. (Fuente propia)

- **Puente de los Suspiros**

Edificio representativo de Barranco, inaugurada el 14 de febrero de 1976 siendo alcalde Francisco García Monterroso (1875-1878), sus medidas originales fueron: altura de 8.50 m., tiene 44.00 m. de largo y 3.00 m. de ancho. Posteriormente la longitud del puente se redujo a 39 m., lo que existe en la actualidad. (Tord Romero, 2015).

La construcción del Puente de los Suspiros fue necesaria para unir los extremos de la quebrada, comunicando la calle Ayacucho y la bajada de Zepita sobre la ladera izquierda y con la bajada Bolívar y la calle de la Ermita, sobre la ladera derecha. (Tord Romero, 2015).

Existen dos versiones sobre el nombre del Puente de los Suspiros, uno de ellos es que adopta ese nombre durante el gobierno municipal del alcalde E. de las Casas. El segundo está relacionado a la historia que difundió Pedro Paz Soldán y Unanue, según la cual:

Hacia 1890 un joven limeño, desesperado por el amor no correspondido de una bella mujer, se quitó la vida arrojándose desde el puente. A ello contribuyó la posterior versión del escritor barranquino Manuel Beingolea que aseguró que, hacia 1920, aun habitaba en el distrito la hermosa mujer que fue motivo de aquella tragedia. (Tord Romero, 2015, pág. 85)



Figura 19. Puente de los Suspiros año 1906. (Recuperado de Universidad de San Martín de Porres, 2013a)



Figura 20. Puente de los Suspiros año 2011. (Fuente propia)

- **Bajada de los Baños**

Espacio correspondiente a una quebrada natural de circulación, principalmente era utilizado por los pescadores que llegaban desde Santiago de Surco para dirigirse a las playas del distrito y, antiguamente a los Baños de Barranco. En el año 1876, el general Mariano Ignacio Prado, presidente de la República, resuelve la apertura de un camino, en sus inicios, la Bajada a los Baños estuvo cubierta de olivos y árboles de sauces, reemplazados luego por ficus. (Tord Romero, 2015).



Figura 21. Bajada de los Baños. (Recuperado de Bulnes, 1984. p. 20)

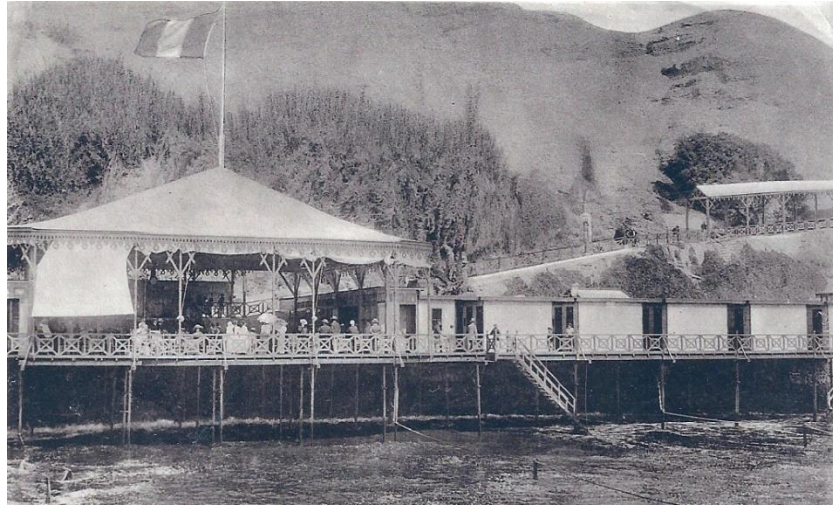


Figura 22. Bajada de los Baños. (Recuperado de Universidad de San Martín de Porres, 2013a)

En la actualidad la Bajada de los Baños cuenta con plantaciones de ficus y buganvillas con flores de color fucsia que ornamentan el sendero desde la parte superior hasta el mirador que se aprecia en la figura 22. Desde principios del siglo XX se construyeron en los acantilados de la Bajada de los Baños de ranchos que se pueden apreciar en la actualidad. Asimismo, la Bajada es utilizada por los residentes barranquinos para dirigirse a las playas del litoral peruano de la Costa Verde.



Figura 23. Bajada de los Baños año 2011. (Fuente propia)



Figura 24. Bajada de los Baños año 2011. (Fuente propia)

- **Parque Federico Villarreal**

El parque se encuentra ubicado en la parte superior de la Bajada de los Baños y colinda con la calle Sucre. Es uno de los espacios públicos más antiguos, el mismo que data de fines del siglo XVIII. Existen referencias de que, a fines del siglo XIX, llevaba el nombre de Alfonso Ugarte y, posteriormente Plaza Bolívar. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.a).

Durante el oncenio fue que decidieron cambiar el nombre, denominando al parque con el nombre de Federico Villarreal (1850 – 1923). El parque se encuentra dentro de la zona denominada Zona Monumental de Barranco según R.S. N° 2900 de fecha 28 de diciembre de 1972.

En la placa conmemorativa que lleva su nombre dice: “Homenaje al sabio Federico Villarreal, siendo presidente de la República Augusto B. Leguía, Ministro de Fomento Pedro José Rada y Gamio, alcalde de esta Ciudad Enrique de las Casas. Barranco, 28 de julio de 1926”.



Figura 25. Plazuela Villarreal año 2011. (Fuente propia)



Figura 26. Detalle de monumento a Federico Villarreal. (Fuente propia)

- **Pasaje Abregú**

El pasaje Abregú, se encuentra ubicado en la parte superior de la Ermita de Barranco, conformada por dos cuadras, en una de ellas, al borde del acantilado se ubica la casa donde vivió Abraham Valdelomar.



Figura 27. Pasaje Abregú. (Fuente propia)

- **El Mirador**

Ubicado al borde del acantilado y se llega caminando por la Bajada de los Baños. En la actualidad se encuentra circundada por diversos restaurantes y pubs.

La obra fue realizada a fines del año 1988, durante la gestión del alcalde Pedro Allemant Centeno (1986-1989). Desde este lugar se observa el Océano Pacífico y la Bajada de los Baños. Por las noches se aprecia la cruz localizada en el Morro Solar en Chorrillos y el Cristo del Pacífico en la Costa Verde.

Este lugar es un espacio público apacible y tranquilo para los residentes barranquinos, así como de los visitantes locales, regionales, nacionales e internacionales.



Figura 28. El Mirador (Fuente propia)

- **Paseo Roque Sáenz Peña**

Roque Sáenz Peña fue un reconocido militar argentino (1851 – 1914) que luchó en la Batalla de Arica (1879). La obra fue realizada en el año 1912 por el alcalde Aurelio Sousa (1906-1912). El paseo Sáenz Peña es un espacio público que se encuentra circundado por arquitectura civil preservada a lo largo de los años, algunas de ellas restauradas y convertidas en hoteles boutique, comercios de venta de artesanía, entre otras.

Este espacio cuenta con monumentos, bancas típicas de fierro con espaldares y asientos de madera, postes, jardines, al final en el límite con el malecón cuenta con una glorieta techada frente al mar, asimismo en el medio del paseo, en el cruce con la Av. San Martín está el monumento al General José De San Martín, inaugurado el 28 de julio de 1924. (Rodrigo Fernández, 1994). Hacia el año 1987 se remodeló el paseo siendo alcalde Jorge del Castillo.



Figura 29. Paseo Sáenz Peña año 2016. (Fuente propia)

- **Malecón Pazos**

El malecón fue inaugurado el 24 de setiembre de 1924 siendo alcalde Enrique de las Casas. Inicialmente el malecón estaba separado por el Malecón Saenz Peña, por la residencia de la familia Dasso y el pasaje Tacna, años después se expropio la parte cercana del acantilado y se construyó la prolongación de la Costanera. (Rodrigo Fernández, 1994).

Este malecón de apenas una cuadra tenía, antiguamente, jardines, bancas con espaldar de madera y barandales de madera torneados. En la actualidad, el parque cuenta con andenería y muros de contención con piedra canto rodado.



Figura 30. Malecón Pazos año 2016. (Fuente propia)

- **Malecón de los Ingleses**

Fue construido en el año 1891, década en que Barranco comenzaba a resurgir de sus ruinas, situado en lo que ahora corresponde al jirón Junín, esta era una zona solitaria donde habitaron ciudadanos ingleses y alemanes que le dieron su nombre y fue realizado en los terrenos que cedió el inglés James Mathison, siendo este uno de los malecones más antiguos de la zona. (Rodrigo Fernández, 1994).

El Malecón de los Ingleses, antiguamente, era “un pequeño cuadrado, cortado con tal gusto y elegancia, y tan bien arqueada balaustrada, que parece una de esas altas *terrazas* o azoteas, que en ciertas poblaciones de Europa dominan una vasta extensión del mar o de la campiña” (Rivera Martínez, 2006, pág. 122)

En este espacio vivieron artistas notables como Abraham Valdelomar, José Diez Canseco, Manuel Beingolea, Estuardo Núñez Hague, Juan Colich, Alfredo Muñoz, entre otros. (Tord Romero, 2015).

En un inicio el malecón ocupaba todo el jirón Junín. En la actualidad el Malecón de los Ingleses es un pequeño parque, que cuenta con algunas esculturas y se limita a una parte de la cuadra 3 del jirón Junín.



Figura 31. Malecón de los Ingleses. (Recuperado de Rodríguez, 2017)



Figura 32. Malecón de los Ingleses año 2016. (Fuente propia)

- **Plaza Butters**

Esta plaza estuvo destinada en un inicio para iglesia, posteriormente se le destino como plaza pública. Este terreno, en un inicio era un terreno antihigiénico e inhabitable por lo que los vecinos del sector irónicamente le llamaban Plaza “Las Delicias”.

En 1939, bajo la gestión del alcalde Germán Noriega del Valle, se inició la construcción de esta plaza que lleva su nombre en homenaje a un excelente trabajador de la municipalidad, Nilson Butters, quien dedicó gran tiempo de su profesionalismo al distrito.

Fue inaugurada el 23 de setiembre de 1957 durante la alcaldía de Manual Campodónico Quevedo, motivado por el traslado de los restos del aviador Jorge Chávez Dartnel que eran repatriados desde Francia, lo que a su vez origino la construcción de la doble autopista Jorge Chávez que la unía con la Base Aérea de las Palmas. (Rodrigo Fernández, 1994, pág. 108).



Figura 33. Plaza Butters año 2017. (Fuente propia)

- **Plaza Antonio Raimondi**

El naturista y geógrafo Antonio Raimondi italiano consagró gran parte de su vida a explorar el Perú (1826 -1890). Originalmente se llamó Plaza del Ovalo y en 1902 se le nombró Antonio Raimondi siendo alcalde Juan Francisco Pazos Varela. El parque fue apadrinado por Aurelio Souza, por esta razón se incluyó el busto de este célebre personaje. (Rodrigo Fernández, 1994).

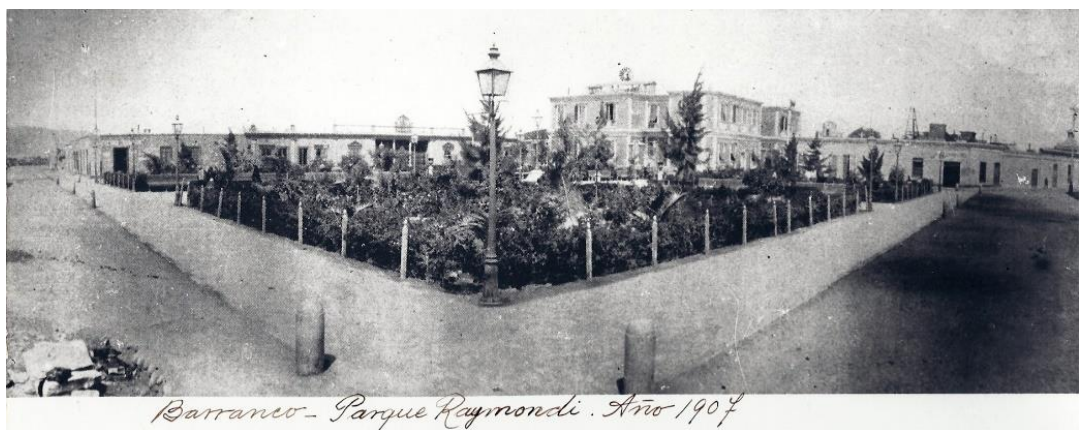


Figura 34. Parque Antonio Raimondi en el año 1907. (Recuperado de Universidad de San Martín de Porres, 2013a)



Figura 35. Parque Antonio Raimondi. (Recuperado de Barranco Antigo, 2010)



Figura 36. Parque Antonio Raimondi. (Recuperado de Barranco Antigo, 2009)



Figura 37. Parque Antonio Raimondi año 2017. (Fuente propia)

- **Parque Chabuca Granda**

Sobre las escalinatas de la Ermita de Barranco se ubica una escultura de la compositora Chabuca Granda, en homenaje a su legado y producción artística. Su inauguración se realizó durante la semana de Barranco, el 24/10/1992. Durante el acto ceremonial, se enunciaron frases significativas de esta célebre personalidad que durante todo el tiempo tuvo a Barranco en su espíritu. (Rodrigo Fernández, 1994).



Figura 38. Parque Chabuca Granda año 2011. (Fuente propia)

- **Plaza San Francisco**

Esta plaza era conocida como un lugar placentero, lugar de reuniones a las salidas de misa o lugar de alegres conversaciones. La zona fue conocida como el Barrio de los Santos por sus calles como San Francisco, San Roque, san Marcos, Santo Toribio (Cajamarca), Santa Isabel (San Antonio) y Santa Rosa. (Rodrigo Fernández, 1994).

La plaza ha cambiado de forma varias veces, habiéndose destruido la glorieta que lucía en el centro y las bancas y rejas que protegían los jardines.

A la plaza le circundan la Iglesia San Francisco y los ranchos característicos del distrito de Barranco. Existe en la actualidad la casa donde vivió José María Eguren.



Figura 39. Plaza San Francisco año 2017. (Fuente propia)

- **Alameda Chabuca Granda**

La Alameda Chabuca Granda se encuentra ubicada frente al Parque Municipal de Barranco y es ingreso al Puente de los Suspiros. Lleva el nombre en memoria a la compositora y cantante Chabuca Granda, en el cual mediante paneles se da a conocer la historia de esta gran artista a partir de su vida y obras.



Figura 40. Alameda Chabuca Granda año 2017. (Fuente propia)

1.2.1.1.2 Bibliotecas y salas de lectura

La biblioteca pública (biblioteca municipal) es una necesidad y un derecho para todos los ciudadanos, permite la generación de conocimiento como un derecho cultural y de diversidad, constituyéndose como un requisito indispensable de la educación permanente, el progreso cultural de las personas, grupos y sociedades. La biblioteca, en la actualidad debe ser un derecho humano fundamental que permita la adquisición de la libertad de los ciudadanos, brindando el acceso al conocimiento y la información, debiéndose encontrar disponible para todos los miembros de la sociedad, sin ningún tipo de restricción ni discriminación en cuanto a nacionalidad, sexo, género, religión, raza, idioma, instrucción, situación social, económica y laboral, entre otras.

El distrito de Barranco cuenta con infraestructura cultural que brinda acceso al conocimiento, apoyo la educación continua y el acceso permanente a todos los ciudadanos, tales como:

- Biblioteca Municipal Manuel Beingolea.

- Sala de Lectura Parque de la Familia (Vagón de la Lectura).
- Sala de Lectura Plaza Butters.

- **Biblioteca Municipal Manuel Beingolea**

La Biblioteca Municipal se inauguró el 01 de octubre de 1922, siendo alcalde Enrique de las Casas con 3495 volúmenes. (Rodrigo Fernández, 1994).

Edificación de una sola planta, pórtico neoclásico, de columnas entre paños laterales cerrados con pilastras y amplias ventanas laterales. En 1911 se levanta la torre de madera, encima un reloj y, en la parte posterior, el escudo de Barranco. En 1966 el local, donde funcionaba la Municipalidad, se convierte en la Biblioteca Municipal Manuel Beingolea. (Tord Romero, 2015).



Figura 41. Biblioteca Municipal, anteriormente y por muchos años funcionó la Municipalidad Distrital de Barranco. (Recuperado de (Antigua Laguna y Zoológico de Barranco, 2013)Universidad de San Martín de Porres, 2013a)



Figura 42. Biblioteca Municipal año 2016. (Fuente propia)

1.2.1.2 Oferta cultural privada

La oferta cultural privada en el distrito de Barranco es muy variada y diversa debido a que cuenta con una importante infraestructura cultural basada en lugares de interés cultural; museos; centros culturales; teatros; casas, casonas e iglesias históricas.

1.2.1.2.1 Lugares de interés cultural

- El Funicular

El ascensor hidráulico fue construido, inaugurado y manejado por el alemán Rudolf Höltig, mediante escritura pública del 6 de noviembre de 1894, en terrenos comprados al ciudadano Manuel Domeyer. Se inauguró el 28 de julio de 1896, siendo alcalde Pedro Solari y el gobierno del presidente Don Nicolás de Piérola. (Universidad de San Martín de Porres, 2013; Rodrigo Fernández, 1994).

El funicular funcionaba con un contrapeso de agua extraída de la playa y tenía una capacidad para 14 personas con un máximo de 16; luego fue cambiado por un sistema de tracción por cables que corrían entre los rieles

y que recorrieran desde la caseta hasta la Estación de los Baños. El primer maquinista fue Höltig quien utilizaba una campanilla de aviso, cada 30 minutos para ponerlo en movimiento. (Rodrigo Fernández, 1994).

Ante una impericia, a principios del siglo XX se suspendió el servicio hasta el año 1901, hacia el año 1906 fue tomado a cargo por el griego Alejandro Nekitopulos, quien a su vez lo pasó a Juan Basier para finalmente pasar en el año 1913 a las Empresas Eléctricas durante la alcaldía de don P. de Osma y Pardo. (Rodrigo Fernández, 1994).



Figura 43. Estación del Funicular. (Recuperado de Barranco.Net, s.f.)

Por desgaste del material se suspendió el servicio en 1927 y en 1930 siendo alcaldes Pedro Martinto e Ignacio Brandariz se inauguró el funicular eléctrico con el maquinista Silvio Tapia, se terminó la construcción de la caseta de máquinas y administración, los andenes para los pasajeros, bancas para el descanso y sus barandas de protección. (Antigua Laguna y Zoológico de Barranco, 2013)

Actualmente la estación del Funicular se encuentra cerrada. En algunas ocasiones como en el aniversario del distrito es abierto al público con una muestra fotográfica en la cual se puede observar imágenes antiguas del distrito y se aprecia el funicular.



Figura 44. Estación del Funicular, año 2011. (Fuente propia)

- **El Tranvía**

Debido a un proyecto “El vagón del recuerdo”, el tranvía de Barranco fue inaugurado en el año 1997 por Electrolima S.A. El vagón fue encontrado en un cementerio en Manchay, en las afueras de Lima. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.b)

Los trabajos de restauración se realizaron en Moyopampa – Chosica a un costado de la central hidroeléctrica. Posteriormente la carpintería metálica fue realizada en Ventanilla y las obras mecánico – eléctricas, carrocería y acabados fue en el Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial

- SENATI en el distrito de Los Olivos. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.b)

Actualmente se encuentra ubicado en la Av. Pedro de Osma (primera cuadra), al frente del Museo de la Electricidad. Hace recorridos de martes a domingo para los visitantes del distrito y público en general, el recorrido es de ida y vuelta sobre las cinco primeras cuadras de la avenida Pedro de Osma.



Figura 45. El tranvía de Barranco, año 2011. (Fuente propia)

1.2.1.3 Casonas barranquinas

- Casa Rosell – Ríos

Ubicada en la avenida Grau 428, ocupa un área de 2000 m² y su construcción fue realizada entre los años 1909 y 1912 por los ingenieros Hugo Behr y Francisco Alva, con los planos de arquitecto francés H. Ratouin y del propietario Juan Esteban Ríos. (Universidad de San Martín de Porres, 2013b).

La casa es adobe, quincha y yeso, con cimientos de piedra; con algunos pisos y techos de madera, al igual que puertas y ventanas. Las rejas de bronce, esculturas de cobre y lámparas fueron traídas especialmente de Francia.

La construcción es del tipo *art nouveau*, tiene dos pilares totalmente decorados en amarillo opaco, terminando en una cúpula ornamentada (Bulnes, 1984). En la actualidad se encuentra deshabitada y fue mejorada para que se pueda realizar en sus instalaciones CASACOR en el año 2009.



Figura 46. Casa Rosell – Ríos. (Recuperado de Bulnes, 1984. p. 19)



Figura 47. Casa Rosell – Ríos. (Recuperado de Bulnes, 1984. p. 19)



Figura 48. Casa Rosell – Ríos durante CASACOR, año 2009. (Fuente propia)

- Casa Sousa

Casona construida entre los años 1906 y 1909, diseñada por el ingeniero J. Ernesto Gianella, quien desarrolla el inmueble denominado Palacete Sousa, figuran como albañil a Eleuterio Alfoy y como carpintero a Gil Márquez; se inscribe en registros públicos el 14 de mayo de 1917. (Casacor Perú, 2013). Este inmueble es de estilo neoclásico, cuenta con un pórtico central de ingreso principal con columnas jónicas que conforma, en el segundo piso,

un balcón, marcando el centro de la simetría de la fachada principal en la calle Cajamarca.

La Casa Sousa “tiene en su fachada y paredes, decoración de 20 mayólicas europeas de cerámica de diferentes colores, en estilo art Nouveau y art déco”. (Casacor Perú, 2013, pág. 40).

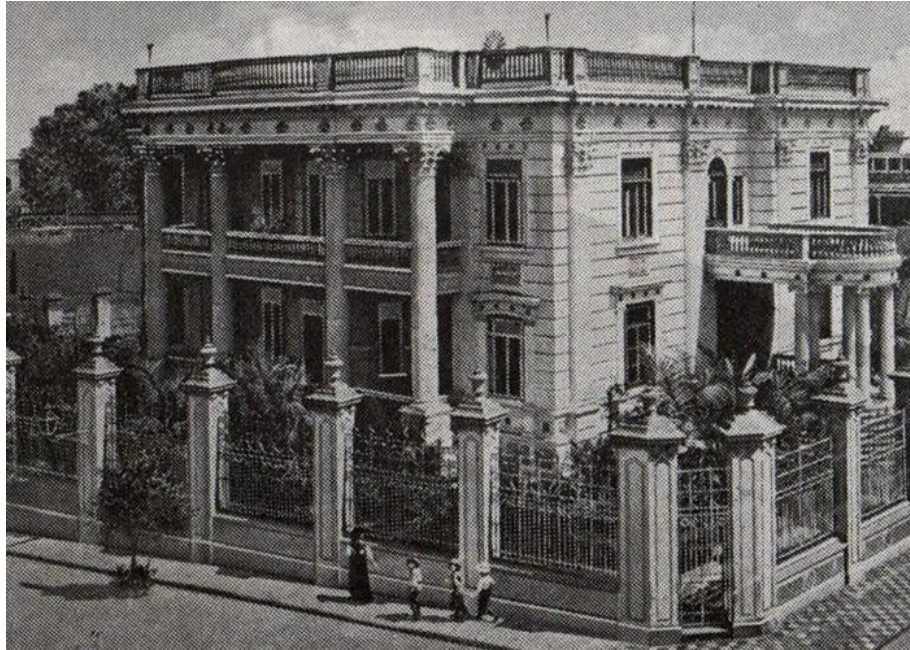


Figura 49. Palacete Sousa. (Recuperado de Palacetesousa.blogspot., 2014)



Figura 50. Palacete Sousa, vista lateral del ingreso. (Recuperado de Palacetesousa.blogspot., 2014)



Figura 51. Palacete Sousa, año 2013. (Fuente propia)



Figura 52. Palacete Sousa, año 2013. (Fuente propia)



Figura 53. Palacete Sousa, año 2013. (Fuente propia)



Figura 54. Fachada posterior del Palacete Sousa, año 2013. (Fuente propia)

- **Casa donde vivió José María Eguren**

La casa donde vivió Eguren colinda con la plazuela San Francisco, donde destaca la Iglesia de San Francisco y hermosos ranchos de adobe. La casa es de un solo piso y su arquitectura es de la época republicana, la misma que ha sido considerada por el INC (actual MINCUL) como Patrimonio Cultural de la Nación.



Figura 55. Casa de José María Eguren, año 2011. (Fuente propia)



Figura 56. Detalle de la casa donde vivió José María Eguren, año 2011. (Fuente propia).



Figura 57. Placa de la Municipalidad de Barranco al poeta José María Eguren, año 2011. (Fuente propia)

- **Casa donde vivió Abraham Valdelomar**

La casa donde vivió Abraham Valdelomar se encuentra ubicada en el pasaje Padre Abregú 103-105-107. En la época que vivió, la casa quedaba al pie del acantilado. En esa casa años después viviría el operador del funicular: Don Juan o Juan el habilista. En la actualidad, la casa es de color celeste y se encuentra deshabitada.



Figura 58. Casa donde vivió Abraham Valdelomar en la actualidad, año 2016. (Fuente propia)

1.2.1.2.3 Iglesias

- **Iglesia Santísima Cruz de Barranco**

En el año 1941, ante el estado ruinoso de la parroquia, el alcalde Manuel Montero Bernal (1940-1947), consideró necesario construir un nuevo Templo. El arquitecto fue H. Guerra. La primera piedra fue colocada el 14/02/1944 y, el 01/06/1963 se inauguró el Templo de la Ermita y bendecido por el cardenal de ese entonces Juan Landázuri Ricketts. (Rodrigo Fernández, 1994).



Figura 59. Iglesia Santísima Cruz de Barranco, año 2011. (Fuente propia)

- **Iglesia La Ermita**

A mediados del siglo XVIII, esta Iglesia era una pequeña capilla de adobe y quincha. La obra fue iniciada por el panadero limeño Caicedo y culminada por el padre Villalta. En el año 1815, el clérigo Gaspar de Abregú construyó, junto al santuario, cuatro habitaciones y un salón. En 1881 durante la Guerra del Pacífico fueron destruidos la capilla y los bienes muebles, ese año se inició su reconstrucción con fondos de limosnas y donaciones. (Universidad de San Martín de Porres, 2013b).

La Capilla Primitiva en un inicio, tenía la fachada principal hacia Chorrillos, la nueva edificación se cambió la orientación hacia la prolongación de la avenida San Martín, siendo inaugurada en el año 1904. En el terremoto de 1940, la Ermita fue afectada considerablemente, así como el terremoto de 1974, siendo reparada la bóveda y la fachada en el año 1986. Los otros ambientes no fueron restaurados y en el año 1990 se clausuró, encontrándose a la fecha cerrada. (Universidad de San Martín de Porres, 2013b).



Figura 60. Iglesia La Ermita año 1906. (Recuperado de Universidad de San Martín de Porres, 2013a)



Figura 61. Iglesia La Ermita año 2011. (Fuente propia)



Figura 62. Iglesia La Ermita año 2016. (Fuente propia)

- **Iglesia San Francisco**

La Iglesia original de los Padres Franciscanos Descalzos de Barranco, la misma que fue construida a partir del año 1888, frente a la Plazuela San Francisco. El diseño es del ingeniero José Tiravanti. De acuerdo con la ficha de inventario del patrimonio arquitectónico del MINCUL esta iglesia se edificó con piedras y adobes, siendo inaugurado en el año 1895. Debido a su

acelerado deterioro, en 1933 fue demolida. (Universidad de San Martín de Porres, 2013b).



Figura 63. Iglesia San Francisco año 1908. (Recuperado de Universidad de San Martín de Porres, 2013a)

El proyecto del nuevo Templo fue realizado por el arquitecto Eliseo Bellina, para su construcción se utilizaron ladrillos y concreto. Se inauguró en 25 de octubre de 1935, con motivo del Congreso Eucarístico Nacional. Arquitectónicamente es una obra ecléctica, cuenta con una sola torre ubicada sobre el eje de la fachada. (Universidad de San Martín de Porres, 2013b).

Esta Iglesia fue declarada Monumento Nacional del Perú, por Resolución Jefatural N° 191-89-INC/J del 22 de agosto del año 2000, en mérito a sus valores históricos, urbano paisajista y de identidad local.



Figura 64. Iglesia San Francisco año 2011. (Fuente propia)

1.2.1.2.4 Museos

Los museos en la actualidad cumplen una misión relevante, de acuerdo con los estatutos del Consejo Internacional de Museos – ICOM⁴ este se define de la siguiente manera:

Un museo es una institución permanente sin fines de lucro al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, transmite y expone el patrimonio tangible e intangible de la humanidad y de su entorno para la educación, el estudio y el deleite. (Consejo Internacional de Museos - ICOM, 2017, pág. 3).

⁴ El ICOM fue creado en 1946. EN la actualidad es la organización mundial que representa a los museos y sus profesionales, dedicada a la promoción y la protección del patrimonio natural y cultural, presente y futuro, tangible e intangible. (Consejo Internacional de Museos - ICOM, 2013).

En la actualidad cuenta con más de 44 686 miembros, en 138 países y está organizado en 118 comités nacionales y 32 comités internacionales. Su sede se ubica en París – Francia.

“El ICOM es la única red museística para profesionales que actúa en una amplia gama de disciplinas relacionadas con el ámbito museístico y del patrimonio” (Consejo Internacional de Museos - ICOM, 2013).

En el distrito de Barranco existen cuatro museos que cuentan con exposiciones permanentes y temporales destinada al visitante nacional e internacional; así como a la comunidad en general.

- **Museo de Arte Contemporáneo**

El Museo cuenta con un área total de 14,651 m². La edificación es de una planta, ocupando 2,213 m². El terreno fue otorgado mediante convenio de concesión.

La infraestructura principal corresponde a tres módulos principales donde se ubican las salas de exposición permanentes y temporales, donde se exhibe la colección y piezas de arte nacional e internacional respectivamente.

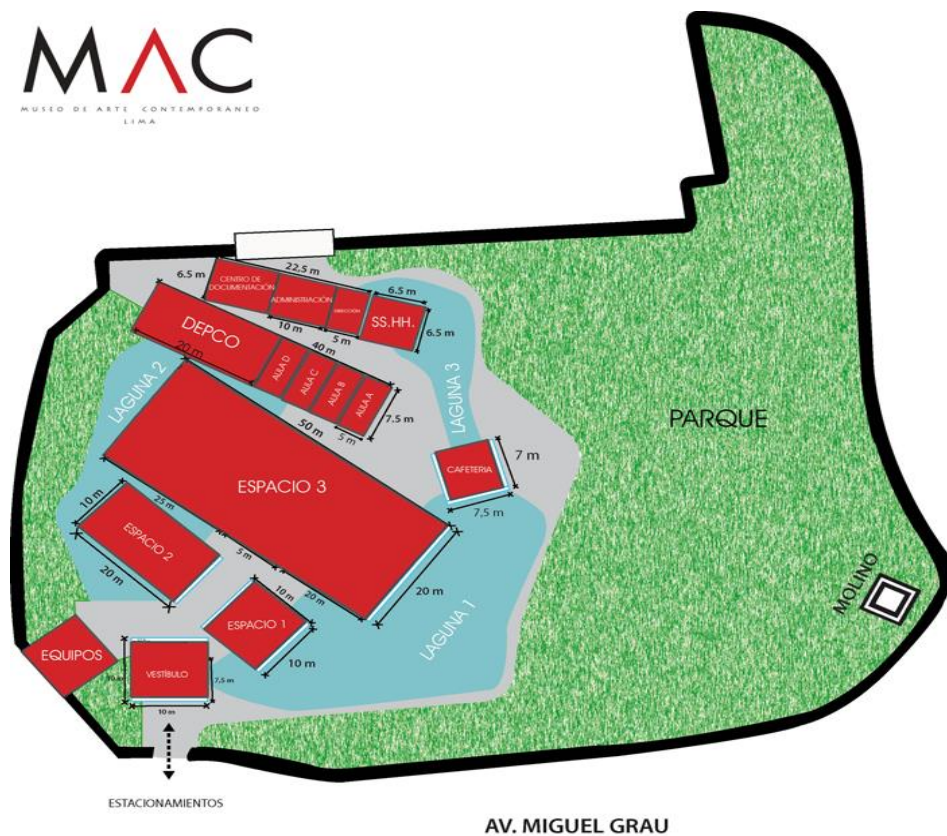


Figura 65. Plano de ubicación del Museo de Arte Contemporáneo. (Recuperado de Museo de Arte Contemporáneo, 2011)



Figura 66. Museo de Arte Contemporáneo, año 2016. (Fuente propia)

- Museo de la Electricidad

Es un museo de ciencias que fue inaugurado en el año 1994 por la empresa Electrolima con el objetivo de conservar y difundir la historia de la industria eléctrica. El museo cuenta con un patio de esculturas, además de seis salas de exposición en las que se cuenta la historia de la electricidad, las fuentes de generación de electricidad, tranvías de Lima, ahorro energético, artefactos antiguos y la sala interactiva.



Figura 67. Museo de la Electricidad, año 2017. (Fuente propia)

- **Museo Pedro de Osma**

Se encuentra localizado en la avenida Pedro de Osma. La casona donde se levanta el museo es la antigua vivienda familiar de los Osma. Don Pedro de Osma fue quien mando edificar la construcción, data del año 1906, compuesta de dos edificios, uno principal y otro que se encuentra en la parte posterior de la edificación principal y que era usado como comedor.

Esta edificación fue diseñada y construida por el arquitecto Santiago Basurco en el año 1906, siendo de estilo afrancesado y ecléctico, con vitrales art nouveau, techos de metal y yeso labrado. Ambas edificaciones se encuentran rodeados de amplios jardines con palmeras y geranios, así como esculturas de mármol. (Museo Pedro de Osma, 2018).

Hacia el año 1948 Pedro de Osma Gildemeister, hijo del inicial propietario, convierte la casa en museo, mostrando su colección de piezas virreinales, previa cita. En el año 1980 el inmueble fue declarado como monumento histórico mediante Resolución Ministerial N° 0928-80-ED. (Tamayo San Román, 2014).

En el año 1981 se inicia la restauración del inmueble, realizando la restauración de la casa principal y el comedor, realizada por el arquitecto Eugenio Nicolini. A partir del año 1996 la colección es mostrada al público en general en el Museo Pedro de Osma. (Museo Pedro de Osma, 2018).

La colección del museo es parte del material cultural de Pedro de Osma Gildemeister que reunió diversos objetos de variados géneros y técnicas de gran riqueza del arte peruano, este material lo fue coleccionando desde el año 1936 hasta 1967. La colección estaba constituida por arte peruano de los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX. (Museo Pedro de Osma, 2018).



Figura 68. Museo Pedro de Osma, año 2016. (Fuente propia)



Figura 69. Museo Pedro de Osma, año 2016. (Fuente propia)



Figura 70. Interior del Museo Pedro de Osma, año 2016. (Fuente propia)



Figura 71. Interior del Museo Pedro de Osma, año 2016. (Fuente propia)

- **MATE - Museo Mario Testino**

El Museo Mario Testino – MATE fue fundado por Mario Testino en el año 2012. Sus instalaciones están ubicadas en una hermosa casona del siglo XIX, la cual fue restaurada para su puesta en valor y cambio de uso social a museo.

El museo tiene como objetivo promover a artistas y la cultura peruanos, ofreciendo lo mejor del arte y la fotografía contemporánea internacional a los visitantes nacionales e internacionales, a través de visitas guiadas, talleres y charlas, así como programas educativos.



Figura 72. Museo Mario Testino – MATE, año 2016. (Fuente propia).

1.2.1.2.5 Centros culturales

Los centros culturales son espacios abiertos a la comunidad en general donde se desarrollan actividades y diversos tipos de expresiones culturales y artísticas, para el intercambio de valores e identidades culturales.

Cuentan con espacios necesarios para su adecuado funcionamiento, para ello cuentan con zona común, zona de exposición, zona educativa, zona de investigación y publicaciones, zona de servicios complementarios, zona administrativa, zona de servicios generales y mantenimiento, zona de estacionamiento, entre otros, permitiendo general una amplia oferta de educación e inclusión para toda la comunidad en general.

Los centros culturales en el distrito de Barranco principalmente se desarrollan en espacios habilitados para la creatividad, formación, producción cultural, promoción y difusión de las artes y la cultura.

En Barranco, se debe considerar que existen diversas dinámicas artísticas y culturales, donde acceden y participan el público y los creadores, en donde se integran personas en un sano encuentro de convivencia y de reconocimiento identitario de la comunidad barranquina.

Los centros culturales de Barranco sirven de casa común, donde, a partir de las actividades y/o eventos que se realicen, se puede construir el tejido social y cultural de Barranco, así como el fortalecimiento de la sociedad en su conjunto.

A pesar de todas las vicisitudes y los problemas que afronta el distrito de Barranco, este trata de salir adelante con la oportuna participación de jóvenes que quieren brindar espacios para el entretenimiento, tiempo libre y ocio.

El distrito cuenta con centros culturales para la realización de una oferta cultural diversa, siendo los siguientes:

Centro Cultural Juan Parra del Riego, Be.One.Studio, La Casa de la Creatividad, La Casa Recurso, Parió Paula, Domingo Laboratorio Creativo, La Noche de Barranco, La Enana Blanca, Jabber Wocky Club, Espacio Periferia, Taypi Casa Taller y Los Clásico Motor Café. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a, págs. 69-70).

1.2.1.2.6 Galerías y espacios de artes plásticas

Dentro de los espacios culturales, tiempo libre y ocio en Barranco se encuentran las galerías y espacios de artes plásticas, que en los últimos años se han incrementado a consecuencia de la falta de espacios que permitan dar a conocer a la comunidad en general las nuevas tendencias artísticas de los ciudadanos.

Estos espacios intentan dar cabida a diversas propuestas artísticas en relación con la temática, color y técnica, generando un espacio para nuevos artistas nacionales de diversas escuelas de arte y autodidactas cuyos trabajos le den impulso a la propuesta que puede brindar el mercado del arte nacional para la exposición y comercio de bienes culturales.

Las galerías y espacios de artes plásticas existentes en el distrito de Barranco, son las siguientes:

Casa de artesanos Don Bosco, Casa taller de Víctor Delfín, Galería Ivonne Sanguinetti, PPPP Design (Showroom), Wu, Galería Pepe Cobo, Galería Lucía de la Puente, Galería Arte y Artesanía, Galería de arte 80 m², Galería Cecilia González, Galería Gonzáles y Gonzáles, Las Pallas, Centro Colich, Kantú Café – Galería artesanal, Sala 58, Amaranto Galería y Café, Galería Cede, Jahnsen Gallery, Kipus Arte Artesanía, Taller Casona Roja, Taller Eliot Tupac, Espacio Kuraré, Taller de Nani Cárdenas, Capa Arte, Casa Azul, Cotto Designs, Hábitat, La Casa de Misky, Nidea, Kapuli Centro de Arte y Grabado, Taller 241, Taller 430, Taller Dos Ríos, Taller Santa Rosa, Taller Base, Socorro Polivalente, Taller Cerámica Taller Grau 604, Taller Grau 605, WM Studio, Casa – Taller Zavala, Sofá Café Barranco, La Nave, Taller Cottos y Magicbus. (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a, págs. 68-69)

1.2.1.2.7 Asociaciones culturales

Las asociaciones culturales persiguen el desarrollo de actividades y/o eventos culturales, con la capacidad de recibir cooperación técnica nacional e internacional, promoviendo el desarrollo cultural para el rescate, conservación, integración, fomento de la cultura, promoción y difusión, las industrias culturales y creativas, el arte y el turismo como base para una sociedad sostenible con equidad y justicia social.

En Barranco existen diversas asociaciones culturales, tales como:

Arte Franciscano, TUPAC, La combi-arte rodante, Culturaperu.org, Retumbayá, Red de Artistas Barranquinos, “Proyecto Malambito, Los Artesanos, Jucale Asociación Cultural, Barranco de Cartón, Dos x el Perú (elenco Folclórico), Revide Lima, MakiWan Centro de Arte y Comunicación, Chicha de Joda, Be one Studio, Barranco Open Studio y Agrupación Folklórica - Danza Perú” (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a, pág. 68)

1.2.1.2.8 Teatros y espacios de artes escénicas

El teatro es un espectáculo cultural que se desarrolla en un espacio que se puede presentar de diversas formas y, donde se conjugan diferentes quehaceres artísticos para construir identidad, ciudadanía, concientizar y sensibilizar a la población, así como el desarrollo integral de los habitantes de Barranco y de los visitantes nacionales e internacionales.

El distrito de Barranco tiene su historia con los teatros, principalmente con la Asociación Cultural Casa Cultural Mocha Graña en el año 1993 y más conocida como “El Mocha”.

Con los años, han ido apareciendo nuevos espacios culturales que tienen como finalidad principal formar artistas completos (niños, jóvenes y adultos) que sean capaces de desenvolverse en las distintas áreas que exige el mercado artístico actual en diversos campos de actuación, danza, canto y música, impulsando el teatro en todos sus géneros: drama, comedia, musical, entre otros, teniendo como meta promover el impulso cultural y el desarrollo personal.

Los teatros existentes en la actualidad en el distrito barranquino son los siguientes: “Teatro Mocha Graña, Agárrate Catalina, Esencia, Ensamble, Micro – teatro, Teatro

Racional, Espacio Libre, Paya Casa, Madero Teatro (PC), Bola Roja (PC), Casa Abierta, Baúl de la Esmeralda y La Casa Recurso” (Municipalidad distrital de Barranco, 2016a, pág. 69):

1.2.2 Consumo cultural

1.2.1 Consumo cultural

1. El artículo “A vuelo de pájaro por cinco lustros de estudios en consumo cultural” (Ortega Villa, 2016, pág. 95), realiza una revisión de los estudios sobre consumo que se han realizado a través de los años, incidiendo en aquellos relacionados a los consumos culturales o a los consumos de bienes culturales en el ámbito anglosajón y Latinoamericano.

De acuerdo a lo que precisa Ortega, los estudios sobre consumo cultural son recientes, pero ya en el año 1899 Thorstein Veblen con su obra Teoría de la clase ociosa hace un análisis de las personas adinerada de los Estados Unidos de América donde plantea “la noción de su consumo ostentoso por parte de ese sector social, y las estrategias seguidas por las clases medias y bajas para imitar las conductas de la clase alta” (Ortega Villa, 2016, pág. 96).

Hacia el año 1925 en la obra de La barrera y el nivel de Edmond Goblot, antecedente de la sociología francesa, describe a los burgueses como una clase que levantaba “barreras culturales para conservar la distancia social respecto de los demás, construyendo un estilo de vida fundado en un sistema de valores donde la moda, la educación académica, las maneras y las artes que tienen un lugar predominante” (Alonso *et al.*, 2005 citado por Ortega, 2016, p.97),

Pierre Bourdieu es la referencia obligatoria para todo investigador de estudios de consumo y la figura más conocida a nivel mundial, donde considera al “consumidor un sujeto alienado, maleable y manipulable; de visiones psicológicas que reducen el consumo al mero deseo; o de premisas racionalistas que ven en el consumo la búsqueda de máxima utilidad o satisfacción” (Ortega Villa, 2016, pág. 97).

Mary Douglas y Baron Isherwood publican en Inglaterra la obra denominada “El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo (...) invitan a abandonar la conceptualización de los bienes como objetos de subsistencia que satisfacen necesidades, para analizarlos como elementos de un sistema de información” (Ortega Villa, 2016, pág. 97).

Respecto del consumo cultural, existen diversos autores que han escrito sobre el tema, para ello se presentan algunos de los referentes más significativos:

Los estudios sobre consumo cultural en Latinoamérica destacan hacia los años ochenta, abordando “cuestiones como los usos y prácticas, inspirados por las obras de Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini” (Ortega Villa, 2016, pág. 99); Guillermo Orozco se orientaba hacia la recepción de medios y los “trabajos relacionados con el proyecto mexicano de investigación sobre Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos (FOCyP) coordinado por Jorge González” (Ortega Villa, 2016, pág. 99). La principal carencia de los trabajos es la ausencia de la conceptualización sobre el consumo.

La autora se centró en contar con elementos para “elaborar un esbozo general sobre los principales temas y problemas planteados por los estudios

sobre consumo cultural/de bienes culturales en América Latina en los cinco lustros pasados” (Ortega Villa, 2016, pág. 100).

En nuestra región, la propuesta es la piedra angular para identificar claramente como consumo cultural es con el libro “El consumo cultural y su estudio en México coordinado por Néstor García Canclini, donde el capítulo El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica” (Ortega Villa, 2016, pág. 100) del año 1993. En ese capítulo, García Canclini, presenta seis modelos de análisis del consumo, entre los que se incluye la propuesta de Bourdieu y la de Mary Douglas y Baron Isherwood, siendo estos el modelo 3 y 6 respectivamente. (Ortega Villa, 2016).

Los modelos planteados por García Canclini son los siguientes:

Modelo 1: El consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital (...). Modelo 2: El consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social (...). Modelo 3: El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos (...). Modelo 4: El consumo como sistema de integración y comunicación (...). Modelo 5: El consumo como escenario de objetivación de los deseos (...). Modelo 6: El consumo como proceso ritual” (García Canclini, 1993, págs. 34 - 40).

Estos modelos de García Canclini versan sobre los aspectos vinculados al consumo cultural relacionado a la fuerza laboral, los productores de la oferta, la apropiación de la sociedad para el consumo de los mismos, las diferencias existentes entre la forma que se usan los objetos, el consumo como un escenario de integración y comunicación de la sociedad en general viéndose reflejado en la asistencia a las diversas actividades y/o eventos culturales, museos, entre otros, la finalidad del consumidos cultural referido a sus deseos y, finalmente se manifiesta en la utilización de los materiales para establecer los sentidos y prácticas para preservar los rituales sociales. (García Canclini, 1993).

Otro autor relevante para fundamentar los estudios de “consumo de bienes culturales es John B. Thompson, con sus obras *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas* (1990 en inglés, 1993, 1998 y 2002 en español)” (Ortega Villa, 2016, pág. 101). Igualmente, con el estudio “*Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación* (1995 en inglés, 1998 en español)” (Ortega Villa, 2016, págs. 101 - 102). Estos estudios discuten el concepto de cultura ubicándola en contextos socialmente estructurados e históricamente específicos; asimismo:

Aborda el análisis de la comunicación masiva (luego mediática) como producción de bienes simbólicos; analiza la constitución de la esfera de lo público mediático luego de hacer una crítica a Habermas; y propone lo que él denomina *pluralismo regulado*, donde advierte que la pluralidad y diversidad en la oferta de formas simbólicas es una necesidad para el ejercicio de la ciudadanía, ya que con el advenimiento de las tecnologías de información y comunicación se está conformando una cultura global donde se observa una mayor concentración en manos de las grandes corporaciones mediáticas, lo que limita el acceso a contenidos diversos, y dice que una regulación que se sitúe a medio camino entre el mercado y el Estado es recomendable. (Ortega Villa, 2016, pág. 102).

García Canclini presenta una propuesta muy similar a la de Thompson en la obra “*Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización* (1995), establece relaciones entre consumo, ciudadanía y medios de comunicación, para señalar al consumo como un espacio donde se definen identidades multiculturales” (Ortega Villa, 2016, pág. 102), ejerciéndose una ciudadanía donde se encuentran presentes la comunicación y las tecnologías de información para el acceso a los bienes culturales. (Ortega Villa, 2016).

La Agenda 21 de la Cultura propicia en parte, entre los años 2000 a 2010, el interés por el consumo cultural o consumo de bienes culturales, en donde

las instituciones públicas de los Estados Latinoamericanos, ministerios, municipalidades, gobiernos regionales, entre otras, se dedican a realizar encuestas nacionales sobre consumo cultural en diversos países como México, Cuba, Costa Rica, Chile, Argentina, Colombia, Venezuela, Uruguay, entre otros, los cuales cuentan con diversas ediciones de encuestas a nivel nacional. (Ortega Villa, 2016).

Al realizar la investigación sobre consumo cultural o consumo de bienes culturales se distingue en el análisis tres planos simbólicos:

Por una parte, el sentido que se deriva del proceso mismo de consumo; por otro, el del significado transmitido (con códigos más o menos abiertos, más o menos restringidos) por los bienes culturales en tanto formas simbólicas en contextos sociohistóricos específicos (donde intervienen los distintos capitales que ponen en juego productores y consumidores en su codificación, decodificación e interpretación); y, en un tercer plano, las variadas relaciones que se establecen entre los dos planos anteriores. (Ortega Villa, 2016, pág. 103).

La autora concluye que, el consumo cultural es un complejo proceso sociocultural y los bienes culturales que involucran diversos tipos de productos donde se construyen y transforman identidades y que, “algunos de los bienes culturales son más importantes que otros en la construcción de identidades de grupos sociales específicos” (Ortega Villa, 2016, pág. 104).

Se concluye que el consumo cultural se asocia directamente con la construcción de identidades multiculturales y la construcción de ciudadanía. Los ciudadanos tienen un consumo identificable con un determinado grupo social y por otro lado aquellos que, son abiertos a experiencias culturales distintas debido a su nivel social o educativo.

Un factor que incide en el consumo cultural se encuentra relacionado con la educación, a mayor nivel educativo existe un mayor gusto e interés por la

cultura, incentivando directamente la participación de la comunidad en el ámbito cultural. Igualmente, al contar con mayores ingresos económicos existirá un incremento significativo del consumo cultural.

Los valores simbólicos pueden representar en una diversidad de contextos como un bien inmueble que ha sido desarrollado por un grupo humano determinado, por su estrecha relación entre el bien y la comunidad. Considerando el distrito de Barranco, este ha sido considerado la capital de la bohemia turístico - cultural de Lima, siendo un lugar tradicional donde perdura la bella arquitectura tradicional limeña de los siglos XIX y XX.

La búsqueda de la identidad es un punto referencial de la construcción de un lugar específico y es parte de la historia con raíces y cimientos profundos y esta es expresada a partir del conocimiento, respeto, estudio y custodia de sus raíces con su debida valoración y reconocimiento.

Barranco con su riqueza del patrimonio cultural inmueble es hereditaria de identidad e interculturalidad, inmersa en tradiciones, costumbres, conocimientos pasados y presentes, donde cada uno de los peruanos tiene el derecho, deber y responsabilidad de comprender, preservar y conservar a través de los valores culturales a lo largo de la historia permitiendo el crecimiento, mejora e intercambio de conocimientos para su desarrollo sostenible.

2. En el artículo de Guzmán, "Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica" (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 221) precisa que, disfrutar de la cultura y por ende del consumo cultural no se puede generalizar para la totalidad de los ciudadanos por igual, para ello se debe conocer el perfil de los consumidores potenciales que van a

beneficiarse mediante la promoción y difusión de determinadas actividades o eventos culturales permitiendo el fomento del consumo cultural. Los más pobres y los adultos mayores, en su mayoría no son incluidos o son marginados socialmente para consumir la oferta cultural pública o privada que se extiende a lo largo de las localidades, municipios, regiones y/o departamentos, debido a la falta de equidad y justicia social, barreras comunicativas y falta de accesibilidad.

Los estudios referidos a públicos, consumo cultural y economía de la cultura se empiezan a realizar en Iberoamérica a partir de finales de los años ochenta del siglo pasado. (Guzmán Cárdenas, 2015).

La primera fue realizada por el “programa de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso) en Santiago de Chile, denominada Algunas tendencias en el consumo cultural de bienes culturales en América Latina (1992), bajo la coordinación de los chilenos Carlos Catalán y Guillermo Sunkel” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 222) aplicada en ciudades como Santiago de Chile, Buenos Aires y Ciudad de México en mayo de 1987, julio y setiembre de 1988 y setiembre y octubre de 1989 respectivamente. (Guzmán Cárdenas, 2015).

“El segundo estudio fue elaborado por la Sociedad General de Autores y Editores de España (SGAE) intitulado Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural. 1997-1998, dirigido por la Fundación Autor. (Guzmán Cárdenas, 2015, págs. 222 - 223).

Para identificar la oferta cultural y el consumo que realizan los ciudadanos, así como la interacción existente para la asistencia a las actividades culturales y accesibilidad a estos bienes y servicios culturales se precisa

identificar las políticas públicas donde la cultura es el motor del quehacer nacional, así como el financiamiento de las actividades culturales, la accesibilidad universal de los ciudadanos de manera irrestricta y reconocer las implicaciones económicas favorables de la cultura. (Guzmán Cárdenas, 2015).

A partir de esta visión se inicia, en varios países latinoamericanos, investigaciones para el estudio del consumo cultural, primero se realiza El consumo cultural en México (1993), coordinado por el antropólogo Néstor García Canclini. Posteriormente, en los años 1999 y 2006 se desarrolla el documento El consumo cultural en América Latina, a cargo del sociólogo chileno Guillermo Sunkel, con diversas perspectivas donde se incorporan artículos de conocidos autores, como Jesús Martín-Barbero, Guillermo Orozco, Néstor García Canclini, María Cristina Mata, entre otros. (Guzmán Cárdenas, 2015).

Las reflexiones que allí se incluyen versan sobre el uso del tiempo libre de los ciudadanos, reacciones del público ante determinado evento, comportamiento de los asistentes y sus preferencias. (Guzmán Cárdenas, 2015).

En los últimos 25 años se han generado proposiciones teóricas con soporte empírico en relación a los modos en que los públicos ven, escuchan y leen, los usos que les dan a los bienes y servicios culturales, así como se relacionan los bienes culturales con la vida cotidiana. Desde la teoría económica del consumo cultural surgen preocupaciones respecto a:

Los conceptos de demanda cultural y bienes culturales, gasto cultural de los hogares el precio del bien o servicio cultural, el precio de bienes relacionados y el ingreso de las personas como variables explicativas; consumo cultural externo; consumo cultural doméstico; elasticidades, ingreso de la cultura, entre otras. (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 225).

El disfrute de las propuestas culturales por parte de los ciudadanos no es igual para todos, siendo los más pobres y los adultos mayores los excluidos o marginados debidos por las barreras o dificultades de acceso. (Guzmán Cárdenas, 2015).

Existen distintos argumentos para determinar el gasto en cultura que hacen las personas como las circunstancias educativas, geográficas, económicas, demográficas, psicológicas, así como del entorno social, prestigio, entre otras. El gasto que efectúan las personas que cuentan con cierto nivel económico determina el acceso a las diversas propuestas culturales. El gasto en consumo cultural cambia de acuerdo al estrato socioeconómico y nivel cultural. Es así que, la cultura no es un gasto prioritario en los hogares, siendo la alimentación y la vivienda lo que resulta de mayor importancia para las familias. (Guzmán Cárdenas, 2015).

El interés por el consumo cultural es parte de los derechos fundamentales que tiene la población latinoamericana, ratificados en el Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales del 20 de octubre de 2005, (...) “íntimamente interrelacionados como expresión del conjunto de condiciones materiales y sociales, biológicas, anímicas y espirituales que definen una plena calidad de vida” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 226).

Los estudios relativos al consumidor cultural latinoamericano son poco concluyentes, debido a que en un gran porcentaje de los países de América y el Caribe “no existe un ordenamiento sistemático y comparativo de estadísticas culturales, y mucho menos un sistema de cuentas en el sector de la comunicación y de la cultura” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 228), con

insuficiencia de datos y cifras de los concurrentes para una análisis adecuado, significativo y relevante de las preferencia del consumo cultural.

Aún no se ha desarrollado un “Ecosistema de Información Cultural Compleja (Esicc)” - incluyendo un “subsistema de consumo cultural”– que sirva para inventariar, organizar y sistematizar los recursos culturales (de políticas, investigación, conservación o asociativas), y así establecer un “mapa cultural” conducente a la determinación de “índices de desarrollo cultural (IDC)” nacional, regional, estatal, municipal, parroquial y comunal; de la relación entre oferta - demanda cultural como del acceso (población atendida) a los bienes y servicios culturales. (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 228).

La definición de diversos autores relacionados a cultura puede llevar a entender y comprender el significado de consumo cultural por parte de la población en general, para ello se precisan alguna de ellas:

Tabla 2.
Definición de cultura. (Recuperado de Guzmán Cárdenas, 2015; elaboración propia)

Autor	Año	Definición de cultura
David Throsby	2001	“La noción de cultura denota ciertas actividades emprendidas por las personas y los productos de dichas actividades, relacionadas con los aspectos intelectuales, morales y artísticos” (García Canclini, 1993, pág. 230). A partir de esta definición que realiza el autor es que se inicia la utilización de conceptos como “bienes culturales, industrias culturales o del sector cultural de la economía (...)delimitar los productos culturales como bienes y servicios que implican creatividad en su producción, incorporan un cierto grado de propiedad intelectual y transmiten un significado simbólico” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 230).
Stolovich, Lescano y Mourelle	2002	La cultura es concebida como el “campo de las producciones simbólicas, que incluye: a. “La producción artística tradicional (literatura, pintura, música, teatro y equivalentes)” (García Canclini, 1993, pág. 231). b. En el ámbito de los bienes y servicios culturales relacionados con las denominadas “industrias culturales” o “cultura masiva” (radio, televisión, revistas, discos, conciertos, recitales, videos, cable, etc.)” (García Canclini, 1993, pág. 231). c. Finalmente “la “cultura popular” o “cultura folclórica” (artesanías, eventos populares del tipo ferias, “fiestas folclóricas”, etc.) y de las diversas instituciones “culturales” (casas de cultura, museos, galerías, etc.)” (Guzmán Cárdenas, 2015, págs. 230-231).

Para Herrero, 2009 (Guzmán et al., 2015, p. 231):

Los bienes y servicios culturales, ya que todos tienen en común una triple característica: constituir un esfuerzo intelectual o creativo, representar una síntesis de belleza y poseer una carga simbólica, particular o colectiva. De esta forma, los bienes culturales pueden ser objetos tangibles (una escultura) o servicios intangibles (escuchar un concierto), pertenecer a la denominada 'alta cultura' (artes plásticas, teatro, música, literatura) o llegar hasta prototipos más cercanos al mercado como la artesanía o el diseño creativo; pero todos incluyen un elemento artístico y una vocación estética. Además, estos bienes suelen implicar alguna propiedad intelectual y muchos de ellos, sobre todo los pertenecientes al patrimonio cultural, provocar externalidades difícilmente cuantificables en el mercado. (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 231).

El sector cultural es un proceso social que se circunscribe en un conjunto de ámbitos económicos e industriales a partir de la producción simbólica a partir de un trabajo creativo, productivo, manufacturero, difusión, promoción y distribución de bienes y servicios relacionados con el patrimonio cultural material e inmaterial, artes creativas que abarcan las artes plásticas, visuales y escénicas; espectáculos; medios de comunicación como diarios, revistas, televisión, radio y artes audiovisuales. (Guzmán Cárdenas, 2015).

El Convenio Andrés Bello - CAB, en los documentos publicados relacionados a la Guía Metodológica para la implementación de la Cuentas Satélite de Cultura en Iberoamérica define al campo cultural como el "conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos". (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 232).

El sector cultural se encuentra constituido por:

- a. El arte, el mismo que incluye diversas manifestaciones como teatro, música, artesanía, artes plásticas, espectáculos en vivo, patrimonio

cultural, espacios culturales como museos, centros culturales, entre otras. (Guzmán Cárdenas, 2015).

- b. Las llamadas industrias culturales. (Guzmán Cárdenas, 2015).
- c. Los medios de comunicación masiva como radio, prensa, televisión, etc. (Guzmán Cárdenas, 2015).

Güell, Peters y Morales, 2010 (Guzmán Cárdenas, *et al.*, 2015) precisan que:

Consumir cultura significa entonces relacionarnos con una oferta ligada al entretenimiento (fiestas, celebraciones), a la información (periódicos, Internet, revistas, diarios) y a experiencias estéticas (artes visuales, conciertos, teatro, etc.), pero, al mismo tiempo, satisfacemos otras necesidades como la identificación grupal, regional, nacional o multinacional, nos distinguimos socialmente (y simbólicamente), logramos sociabilidad con otros por medio de ritos (expresión) y apropiación de espacios públicos (prácticas) y, a la vez, participamos (en distintas formas culturales) en el mundo. (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 233).

Tabla 3.
Definición de consumo cultural. (Recuperado de Ortega Villa, 2016; Guzmán Cárdenas, 2015; García Canclini, 2013; elaboración propia)

Autor	Año	Definición de consumo cultural
García Canclini	1993	“Conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (García Canclini, 1993, pág. 42).
Güell, Peters y Morales	2010	“Se refiere a los distintos tipos de apropiación de aquellos bienes cuyo principal valor percibido es el simbólico, que es producido en circuitos relativamente diferenciados y que requiere de ciertos conocimientos especializados para su apropiación y uso” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 234).
Corporación Centros de Estudios, Investigación y Comunicación Social – CEICOS	1998	“La serie de actividades y actitudes individuales y grupales, públicas y privadas de los ciudadanos, en las cuales compran, usan, asisten, ven, escuchan, sienten, disfrutan e interactúan con la diversa gama de la oferta cultural” (García Canclini, 1993, pág. 239). Todo este fenómeno es generado “por el conjunto de personas, parejas, familias, grupos homogéneos y heterogéneos, de legos, cultos y aficionados en el terreno cultural, y hacen parte del llamado capital cultural y humano de la sociedad y la economía modernas” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 239).
Chan y Goldhorpe	2005	Plantean tres perspectivas:

	<p>“1. La homología entre consumo cultural y estratificación social” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 98).</p> <p>“2. La individualización que alude a la conformación de un estilo de vida mediante el consumo cultural o que también refiere a la construcción de identidades mediante el consumo” (García Canclini, 1993, pág. 98).</p> <p>3. La oposición omnívoro – unívoro: “Los unívoros (tienen una dieta cultural identificable con un determinado grupo social), los omnívoros son abiertos a experiencias culturales distintas a las que formaron en su nivel social o educativo” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 98).</p>
Amartya Sen, Colin Mercer y Christiaan De Beukelaer, otros	A las perspectivas planteadas por Chan y Goldhorpe se agrega una cuarta que “relaciona el acceso y consumo de bienes y servicios culturales con la construcción de ciudadanía; y que se ha intensificado sobre todo a partir del énfasis en los llamados derechos de cuarta generación” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 99).

Los mapeos realizados en torno al consumidor cultural en Latinoamérica han sido realizados por tres sectores: “instituciones gubernamentales de cultura (ministerios de cultura y consejos de artes), espacios académicos (universidades e institutos de investigación) e industrias culturales, fundamentalmente de agencias de mercadeo y publicidad” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 234).

En el marco de las políticas públicas y considerando la definición del perfil de la demanda cultural se miden, entre otros, los hábitos de consumo, características socioeconómicas, gastos de consumo e ingresos de las personas.

Es así que la definición de consumidor cultural de acuerdo a la Corporación Centros de Estudios, Investigación y Comunicación Social – CEICOS, 1998 (Guzmán Cárdenas, *et al.*, 2015) es:

La persona o las personas que establecen relaciones de uso, valor, apropiación o apreciación con cualquier área o elemento de la oferta cultural. Este es comúnmente el comprador, espectador, asistente o usufructuario del

elemento y/o acto cultural, de los bienes materiales y simbólicos. Este está mediado por una relación mercantil benéfica, altruista o de goce, con el panorama cultural del entorno público o privado. Puede ser un aficionado, un artista, un especialista, un estudiante, un lego, un individuo solitario, una pareja, una familia o un grupo ocasional o intencionalmente interesado en la actividad cultural. (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 239).

El interés suscitado por los estudios de consumo cultural en Latinoamérica en los últimos años ha suscitado que se realicen para tener una visión del consumo cultural en América Latina. Para ello destacan “dos estudios de cobertura iberoamericana. El primero se refiere a La industria cinematográfica y su consumo en los países de Iberoamérica (2004) y coordinada por Carlos Enrique Guzmán Cárdenas en el marco del convenio internacional Ininco - CAACI” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 241), cuyo objetivo general corresponde a una investigación descriptiva, de tipo analítico – documental, con enfoque diacrónico para la indagación comparativa del consumo cultural cinematográfico. (Guzmán Cárdenas, 2015).

“El segundo estudio es la Encuesta Latinoamericana de hábitos y prácticas culturales (2013), auspiciada por la Organización de Estados Iberoamericanos - OEI, con el apoyo técnico de la Corporación Latinobarómetro” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 242), con una variedad de dimensiones: “(...), cine, teatro (...), música, las visitas a lugares del patrimonio cultural, la celebración de eventos culturales, la asistencia a conciertos y, en general, el acceso a los bienes y servicios culturales y su participación en ellos” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 242).

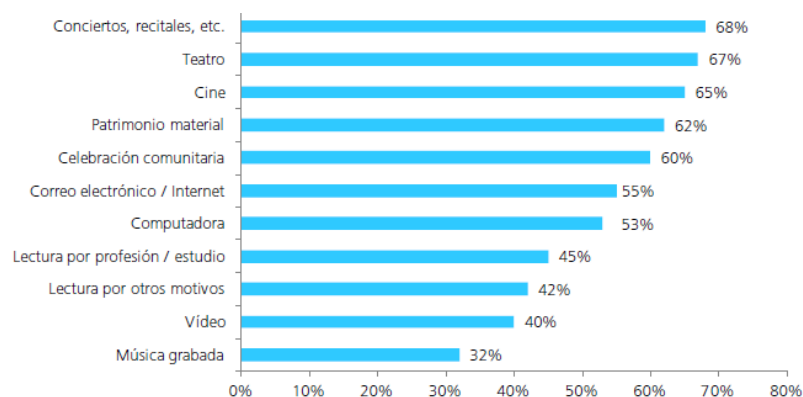


Figura 73. Porcentaje de personas que no han accedido nunca o casi nunca a esta actividad cultural. (Organización de Estados Iberoamericanos, 2014, p. 160).

Como se aprecia en la figura 73, las actividades culturales más frecuentadas son los conciertos y recitales con un 68%, seguido muy de cerca por el teatro con un 67%. Muy cerca de ellos se encuentran las visitas a los cines con un 65% y, visitas al patrimonio material con un 60%.

El desarrollo de la oferta cultural requiere de inversión pública y privada, además que, el acceso a la cultura no es solo un problema de escasa oferta cultural, sino que la comunidad es aquella que genera su propia cultura y es necesario brindarles apoyo y espacios necesarios para su realización.

El autor concluye que las investigaciones de consumo cultural son interpretaciones de datos que brindan una perspectiva del consumidor cultural respecto del consumo de productos culturales existentes por parte del sector público y privado. Esta herramienta estratégica basada en el conocimiento del consumidor, de la oferta y demanda existente, se podrá tener la capacidad de contar un enfoque más preciso para la realización de planes y programas de desarrollo cultural. (Guzmán Cárdenas, 2015).

Es así que, “conocer el perfil del consumidor cultural latinoamericano es identificar sus cualidades culturales, ante aspectos particulares y específicos, (...) relacionados con sus actividades, intereses y opiniones,

con el fin de configurar patrones de usos y apropiación simbólica” (Guzmán Cárdenas, 2015, pág. 244).

3. La encuesta de “Hábitos y Prácticas Culturales en España 2018 – 2019 (...) realizada por la División de Estadística y Estudios de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura y Deporte (...), en colaboración del Instituto Nacional de Estadística” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 29).

La finalidad de la encuesta es “evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles (...) por otra profundizar en otros aspectos relevantes en el ámbito cultural, especialmente en lo que respecta a los consumos” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 29).

Los objetivos de la encuesta realizada son los de “disponer de indicadores relativos a los intereses de los españoles en los distintos sectores del ámbito cultural, de la frecuencia e intensidad con las que se realizan estas actividades o del hábito adquirido respecto de las mismas” (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 29).

El recojo de la información comprende el periodo comprendido de marzo de 2018 a febrero de 2019 en segmentos trimestrales de marzo a mayo de 2018, junio a agosto de 2018, setiembre a noviembre de 2018 y, diciembre de 2018 a febrero de 2019.

Las principales variables de esta encuesta realizada por el Ministerio de Cultura y Deporte, se enmarcan dentro de las que se relacionan con la presente investigación, siendo las siguientes:

Por lo que respecta a las artes escénicas y musicales, y al cine, además de los indicadores básicos de interés y práctica de asistencia a este tipo de espectáculos, se incorpora determinada información relativa a la última vez que asistió al mismo: el día de la semana en que se produjo la asistencia al espectáculo; forma de el acceso a la entrada mediante

reventa; satisfacción; tipo de local en que se celebró; género o tipo de espectáculo de que se trataba (cuando es pertinente) (...). En algunos de ellos se incluye también la investigación de otras cuestiones: hábitos o usos específicos en relación con una actividad determinada; preferencias; motivaciones que impulsan el consumo o práctica; barreras al consumo o práctica. Se incorporan diversos indicadores vinculados a las nuevas tecnologías tales como la compra de entradas o el acceso a este tipo de espectáculos a través de Internet. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, págs. 30-31).

Se ofrecen asimismo indicadores generales relativos a la música y, en particular, a la compra de música grabada profundizando en los métodos de adquisición de esta. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 31).

En lo que respecta a Bibliotecas, Museos, Galerías de Arte, Monumentos y Archivos se considera la frecuencia e intensidad de la práctica profundizándose únicamente en determinadas variables relativas a Museos y a Bibliotecas. Se incorpora un capítulo dedicado a espectáculos o asuntos taurinos. En lo que se refiere a los cursos de formación complementaria el análisis se ha restringido en esta ocasión a los cursos vinculados a la cultura. Se recoge, como en otras ocasiones, la práctica en un año de otras actividades relacionadas con la cultura o con el ocio -conferencias, centros culturales, ferias de libros, clubs de lectura, parques temáticos, espectáculos deportivos, etc. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a, pág. 31).

Las actividades que realizan los españoles en relación a la presente investigación destacan los siguientes: asisten al cine 57.8%; visitan monumentos un 49.3%; acuden a los museos, exposiciones y galerías de arte, los porcentajes anuales son del 46.7%; la asistencia a espectáculos en directo como los conciertos de música actual con una asistencia de 30.1%, teatro 24.5%, conciertos de música clásica 9.4%, ballet o danza 8%, ópera 3.3% y zarzuela 1.5%. Finalmente, los españoles acuden en un 26.8% a las bibliotecas o la visitan virtualmente. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a).

El cine es el espectáculo cultural que tiene mayor cantidad de seguidores con un 57.8%, siendo los hombres los que más lo frecuentan con un 58.4% mientras que las mujeres con un 57.3%, la mayoría de los que acudieron al cine fue durante el fin de semana con un 54.7% y el 45.3% en día laborales.

Las preferencias se orientaron a las comedias con un 20.6% y las de acción con un 17.4%. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a).

El 49.3% de los españoles visitó, en el último año, un monumento histórico, la asistencia superior fue realizada por los hombres y con mayor formación.

El 94.1% de los encuestados lo hicieron en el último año por ocio o entretenimiento, el resto de la población, es decir, el 5.9% lo hicieron por motivo de estudio o profesión. El 53.1% del total de encuestados realizó su visita los fines de semana o en días no laborales o feriados. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b).

Los visitantes de museos, exposiciones y galerías de arte suman un total de 46.7%. De acuerdo al Ministerio de Cultura y Deporte, los resultados son los siguientes:

Un 40,5% visitó un museo en el último año. Los niveles de asistencia son ligeramente superiores en las mujeres, crecen significativamente al disminuir la edad y al ascender el nivel de estudios. Se trata de un público satisfecho, con un índice medio de satisfacción de 8,2 puntos. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 6).

El 92,8% de las personas que visitaron un museo en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,2% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. El 98,7% de los que acuden a un museo visitan su exposición permanente o temporal, y el 14,2% realizan alguna otra actividad. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 6).

Más de la mitad, un 51,7% de las visitas a los museos se realizaron en fin de semana o festivo. Un 26,2% de los que visitaron museos en el último año lo hicieron en su ciudad, el 22,5% en su comunidad autónoma, el 30,6% en el resto de España y el 20,7% en el extranjero. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 6).

Un 29,8% de la población investigada ha visitado una exposición en el último año. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 7).

El 92,1% de las personas que visitaron una exposición en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 7,9% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. Más de la mitad de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, 50,9%. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 7).

Un 16,0% de la población investigada ha visitado una galería de arte en el último año. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 7).

El 90,6% de las personas que visitaron una galería de arte en el último año lo hicieron por ocio o entretenimiento, frente a un 9,4% que declara que su visita fue motivada por su profesión o estudios. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 7)

El 47,7% de las visitas se realizaron en fin de semana o festivo, frente al 52,3% que se desarrollaron en un día laboral. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b, pág. 7).

El 46.8% de los encuestados acude a espectáculos culturales en directo, donde las mujeres son las que frecuentan más este tipo de actividades y en población más joven. Los asistentes a conciertos de música actual corresponden al 30.1% de la población investigada. Los géneros preferidos por la población son (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a):

- Pop-rock español: 46.6%.
- Pop-rock extranjero: 9.6%
- Canción de autor: 7%.
- Flamenco: 4.7%.

Es preciso mencionar que, el 53,1% de los conciertos se desarrollaron los fines de semana y en espacios temporales o dedicadas a otros fines con un 70.4%. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b).

El 24,5% asistió al teatro, obteniendo un 26.8% las mujeres y el 22% los hombres. Las asistencias al teatro, en sus diversos tipos, fue consumido de la siguiente manera:

- Teatro actual: 31%.
- Teatros musicales: 25%.
- Teatro clásico: 16.6%.
- De Vanguardia: 11.5%.
- Teatros infantiles: 7.4%.

El Ministerio de Cultura y Deporte indica igualmente que, la asistencia a los conciertos de música clásica, la población investigada alcanzó el 9.4%, reflejándose que las mujeres asistieron con un 9.5% mientras que los hombres con un 9.3%. El 60% asistió a la orquesta sinfónica, a grupo de cámara con un 15.5%, coro o grupo vocal con un 13% y solista con un 7%. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b)

La danza tiene una asistencia del 8%, las mujeres son las que más lo frecuentan con un 10.1% frente al 5.7% de hombres. Destaca el ballet clásico con un 38.6%, danza contemporánea con un 26%, danza española o flamenco con un 16.4%, o danza folklórica o étnica con un 8.8%. Finalmente, la ópera y la zarzuela alcanzaron una afluencia del 3.3% y 1.5% respectivamente. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b).

La población analizada en la presente encuesta arroja que el 26.8% asiste a una biblioteca (física) o se conecta a través de internet. La asistencia presencial es del 23% mientras que el acceso por internet es del 9.9%. La mayor afluencia la realizan los más jóvenes. El 89.1% acudió a la biblioteca de lunes a jueves, los viernes con un 5% y los fines de semana con un 5.9%. (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019b).

Finalmente, respecto de la primera variable sobre las artes escénicas y musicales, así como al cine, la población tiene preferencias mayores por la asistencia al cine con un 57.8%, seguido muy por debajo por el teatro con un 24.5%. Las artes escénicas menos frecuentadas son la zarzuela con un 1.5% y la ópera con un 3.3%.

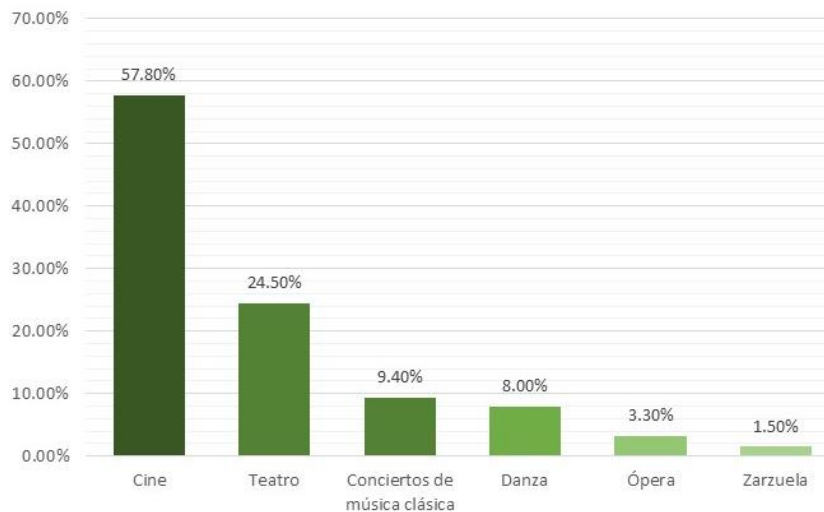


Figura 74. Porcentaje de personas que han accedido a actividades de artes escénicas y musicales. (Recuperado de Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a; elaboración propia)

En la segunda variable referida a Bibliotecas, Museos, Galerías de Arte, Monumentos y Archivos se aprecia un porcentaje importante de la población que asiste a infraestructura cultural principalmente a los monumentos con un 49.3%, seguido de cerca por las visitas a los museos con un 40.5%. Las bibliotecas cuentan con una afluencia de la población del 26.8% que es un porcentaje muy similar a las visitas a las exposiciones con un 28.9%, las mismas que se relacionan directamente con los museos, con exposiciones permanentes y temporales. Los espacios menos visitados son las galerías de arte con un 16%.

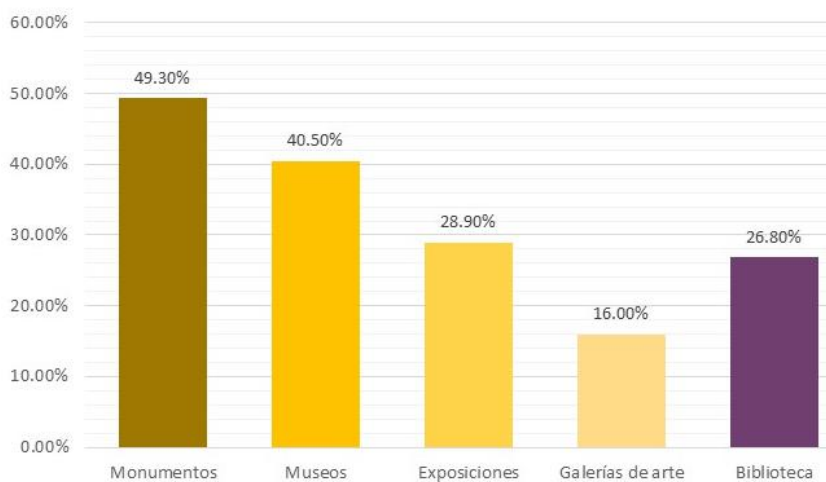


Figura 75. Porcentaje de personas que han accedido a monumentos, museos, exposiciones, galerías de arte y bibliotecas. (Recuperado de Ministerio de Cultura y Deporte, 2019a; elaboración propia)

4. La encuesta realizada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes es una investigación empírica, el objetivo principal del estudio es “contar con datos confiables y representativos sobre la participación cultural en Chile” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, pág. 25) debido a que no existe otra institución que realice este tipo de encuestas en donde se presente la participación cultural de los ciudadanos chilenos.

El organismo responsable de la encuesta es el “Consejo Nacional de la Cultura y las Artes” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, pág. 99); además, los organismos ejecutores son:

- “Instituto Nacional de Estadísticas, INE (diseño muestral, elaboración de factores de expansión y cálculo de variable de estratificación socioeconómica)” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, pág. 99).
- “Centro UC de Encuestas y Estudios Longitudinales de la Pontificia Universidad Católica de Chile (ajuste del cuestionario, trabajo de

campo y procesamiento de datos)” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, pág. 99)

La población objetivo son los residentes en Chile de 15 años a más; la cobertura geográfica es aquella “población que reside en localidades de centros urbanos de 10 000 habitantes a más dentro del país, excluyendo zonas rurales y de difícil acceso (definidas según CENSO 2002 más Chaitén)” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018).

El período de trabajo de campo comprende del 26-08-2017 al 04-12-2017 y, el modo de aplicación es mediante entrevista personal.

Para la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura medir la participación cultural significa:

“(…) medir y comprender los aspectos cuantitativos y cualitativos de la participación en toda actividad que, para los individuos, represente un modo de aumentar su propia capacidad cultural e informativa y capital, que ayude a definir su identidad o permita la expresión personal” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, 2014, pág. 52).

El estudio ha tomado como referente internacional algunas recomendaciones realizadas por el Instituto de Estadísticas de la Unesco sobre la medición de la participación cultural, entre las que destacan:

- La institución que realiza la encuesta, en este caso el Instituto Nacional de Estadísticas – INE a través del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y la organización o profesional encargado de la encuesta. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018).
- Profesionales de disciplinas no estadísticas como comunicadores interculturales, sociólogos, organizaciones artísticas, etc. y, externos al campo político como investigadores independientes, universidades,

centro de conocimiento, etc. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018).

- Representantes de distintos grupos culturales de encuestados como las poblaciones urbanas y rurales, personas de lenguas diversas, minorías, entre otros. (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018).



Figura 76. Estructura del estudio Encuesta Nacional de Participación Cultural 2017. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, p. 21)

La participación cultural planteada en la encuesta versa sobre nueve (9) actividades artístico-culturales como: teatro, danza, ópera, música clásica, música actual, cine, exposición de arte, compra de artesanía y circo. Asimismo, se incluyen las visitas a museos, centro culturales y bibliotecas. Para la presente investigación, no se ha incluido compra de artesanía ni circo.

En el último año (12 meses) , la participación de los encuestados indicó que un 20.5% asistieron a algún museo, un 16.8% a un centro cultural y un 17.4% a una biblioteca.

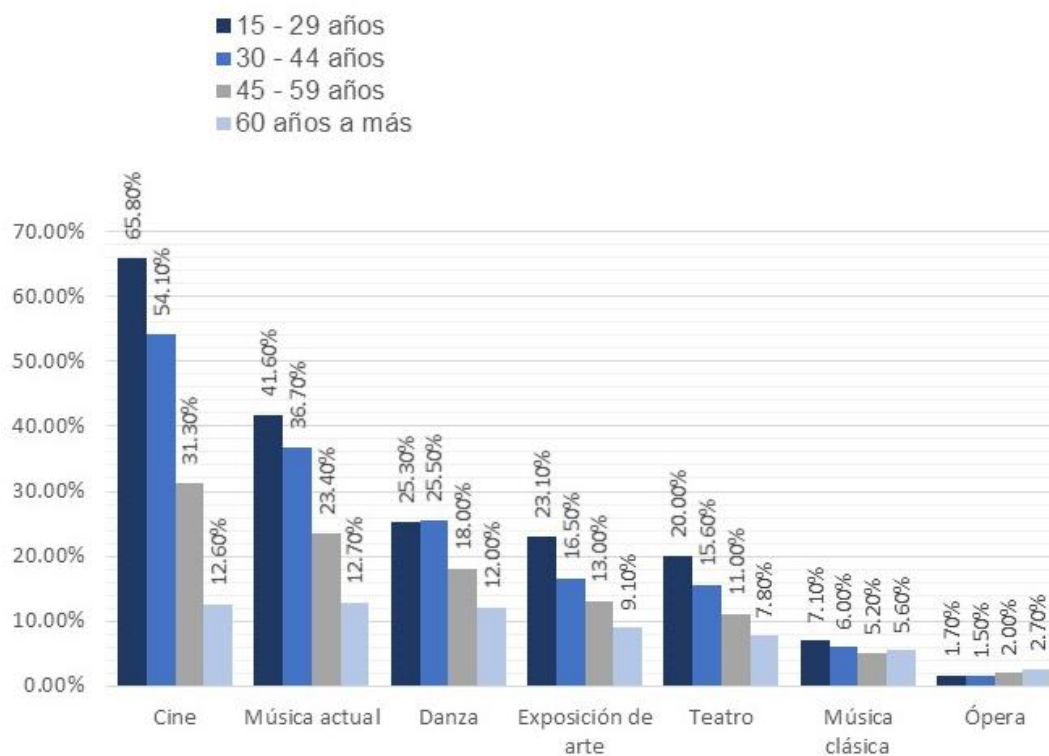


Figura 77. Participación en nueve actividades artístico culturales por rangos de edad en el año 2017. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018, p. 107, elaboración propia)

Los resultados finales que se desprenden de la participación de los chilenos en actividades artístico-culturales, aquellos los jóvenes que tienen entre 15 a 29 años son los que asisten en mayor proporción a las actividades relacionadas a: cine, música actual, exposiciones de arte, teatro y música clásica; muy de cerca se encuentra el rango ubicado entre los 30 a 44 años. Los adultos mayores lo hicieron en menor escala, asimismo aquellos ciudadanos que cuentan con un mayor nivel educacional tienen una mayor afluencia a las actividades artístico culturales.

Otra de las variables que determina la encuesta es la relación entre el nivel educativo y la asistencia a las actividades culturales y asistencia a infraestructura cultural.

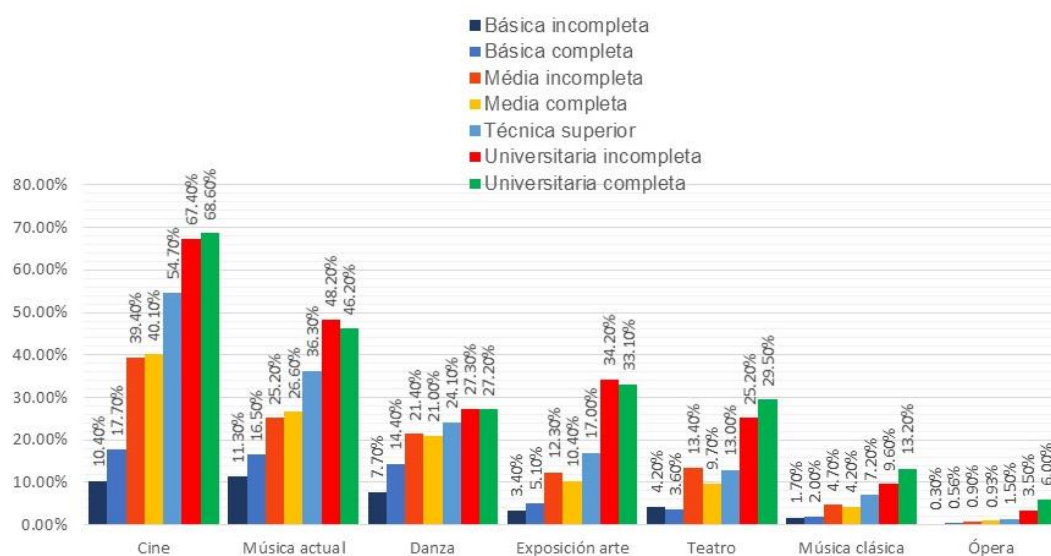


Figura 78. Participación en actividades culturales por nivel educacional. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018; elaboración propia)

Las personas que participan con mayor frecuencia a las actividades culturales son aquellas con un nivel de educación universitario completo e incompleto. Asimismo, los mayores niveles educacionales se encuentran asociados a una mayor asistencia al cine con un 68.6% y 67.4% respectivamente, seguido por la música actual con un 46.2% y 48.2% respectivamente. Finalmente, las personas que cuentan con educación básica completa e incompleta son los que participan en menor grado en todas las actividades culturales.

La asistencia a los museos, centros culturales y bibliotecas es parte de la encuesta es más frecuente por los jóvenes entre los 15 a 29 años y es menos frecuente para las personas que cuentan con 60 años a más.

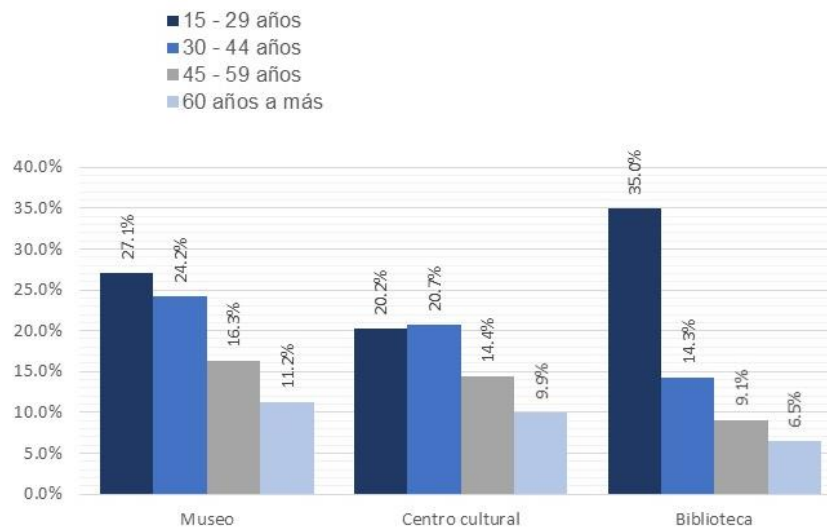


Figura 79. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas por rango de edad. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018; elaboración propia)

La relación de visitas con el nivel educacional es creciente para aquellos que cuentan con un nivel educativo universitario incompleto y completo.

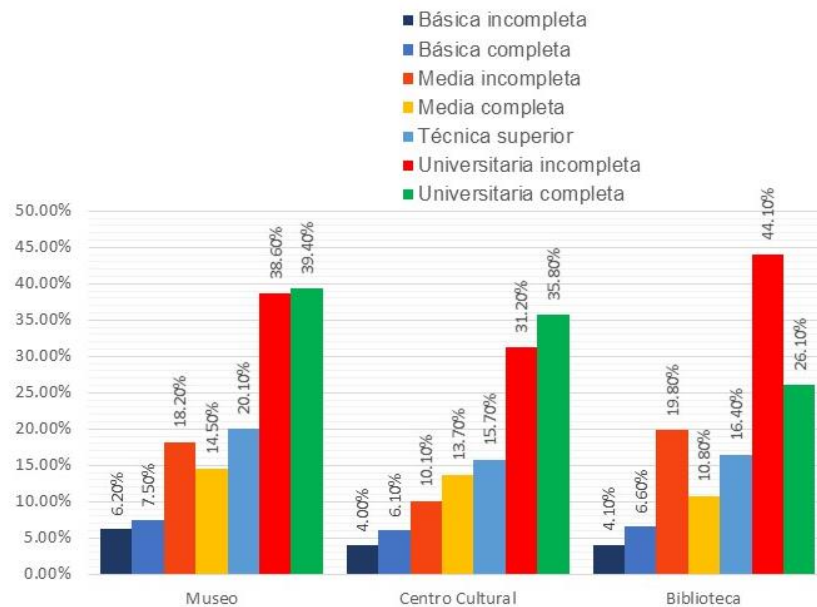


Figura 80. Asistencia a museos, centros culturales y bibliotecas por nivel educacional. (Recuperado del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2018; elaboración propia)

Finalmente se puede sintetizar que los visitantes más arraigados en las actividades culturales son aquellos que fluctúan entre los 15 a 29 años y aquellos que cuentan con un nivel educativo universitario incompleto y

completo. Los visitantes con educación básica incompleta y completa son los visitantes menos frecuentes en estos espacios culturales.

5. La encuesta realizada por el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología en el año 2017 se encuentra organizada en dos partes: la primera plantea el acceso a la cultura explicada por los comportamientos generacionales (13 a 24 años = jóvenes, 25 a 64 años = adultos y 65 años en adelante = adultos mayores) y la segunda plantea las diferencias en el acceso a la cultura por el nivel socioeconómico – NSE de la población. Esta encuesta busca “identificar algunos de los principales comportamientos y condicionantes para acceder a la oferta de bienes y servicios culturales por parte de los jóvenes en la Argentina” (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017, pág. 3).

En la primera parte de la encuesta relacionada a los consumos culturales y las diferencias generacionales, se precisa que en Argentina los jóvenes lideran casi todos los consumos culturales siendo los que más asisten al cine y a los espectáculos de música en vivo; pero los que menos van al teatro, teniendo en cuenta que esta práctica se asocia al nivel educativo de la población y tiene más adeptos entre los adultos y los adultos mayores. En relación a la visita a museos los jóvenes y los adultos mayores tienen un porcentaje muy similar. (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017).

En la segunda parte de la encuesta sobre los consumos culturales y las diferencias de accesibilidad por nivel socioeconómico se afirma que los jóvenes con un nivel socioeconómico alto lideran todos los consumos culturales. Las prácticas culturales presenciales como el cine, los

espectáculos de música en vivo y los museos son más frecuentadas por los jóvenes. El teatro es en menor porcentaje elegido por ellos y está muy asociado al nivel educativo de la población. (Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología, 2017).

La asistencia a recitales se asocia al NSE ya que 2 de cada 10 jóvenes de NSE bajo, 3 de cada 10 del NSE medio y 4 de cada 10 del NSE alto fueron por lo menos a un recital en el año 2017 (año de la realización de la encuesta).

Los jóvenes son los ciudadanos que más asisten al cine, la mitad de la población entre 12 y 24 años fue al menos una vez al cine en el año 2017. Los jóvenes de NSE bajo asistieron en un 42%, los de NSE medio fueron en un 54%, mientras que los jóvenes de NSE alto asistieron al cine en un 64%. El teatro es una actividad que se relaciona con el nivel educativo de la población, en el caso de los jóvenes, la asistencia es pareja entre los distintos niveles socioeconómicos, pero el consumo mayor se dio entre los jóvenes de NSE medio.

6. La encuesta realizada brinda los resultados de la “Encuesta de la Realidad Social de Andalucía - ERSA del Centro de Estudios Andaluces” (Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces, 2017, pág. 4). La encuesta se realizó en el mes noviembre de 2016 a través de entrevistas telefónicas a 1000 residentes de Andalucía mayores de 16 años. (Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces, 2017).

En la encuesta realizada sobre la realidad social en Andalucía, se ha recogido información sobre consumo y oferta cultural, el mismo que tiene como objetivo:

Recoger la opinión y comportamiento de la población andaluza en materia cultural, concretamente valorar los hábitos y consumo de bienes culturales, así como el conocimiento que posee de la oferta cultural y de los principales ítems de la cultura andaluza. (Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces, 2017, pág. 4).

Las actividades culturales consideradas para la encuesta son: cine, teatro, concierto de música (rock, pop, hip-hop, indie, tecno, canción ligera, copia, canción de autor), espectáculo deportivo, espectáculo o concierto flamenco, museo o exposición, feria del libro, feria de artesanía, concierto (música clásica, ópera, zarzuela, danza o ballet), biblioteca pública, conferencia o congreso, feria comercial, parque natural y zoológico.

La metodología utilizada en este estudio se basa en:

La muestra ha sido recopilada mediante un procedimiento de muestreo polietápico: en una primera fase se ha realizado una selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) de forma aleatoria proporcional, a partir de un muestreo estratificado por conglomerados; y en una segunda fase, se han seleccionado las unidades últimas (individuos), procediéndose al diseño de cuotas representativas de sexo y edad, seleccionando aleatoriamente a un entrevistado por hogar. (Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces, 2017, pág. 4).

La encuesta se divide en cuatro bloques. El primero se relaciona al interés de los andaluces por la oferta cultural y su grado de información; el segundo expone los hábitos y consumo de bienes culturales y de ocio; el tercero estudia el conocimiento que se posee sobre personalidades representativas andaluzas y el cuarto aborda el seguimiento, interés y valoración sobre la cultura del flamenco. Para la presente investigación solo se están tomando los datos de los dos primeros bloques.

El grado de interés de los andaluces por la oferta cultural está determinado por una población que va desde los 16 años a más, con niveles de estudio desde la preescolar primaria hasta doctorado y, con nivel de ingresos bajos hasta mayores de 6 000 euros.

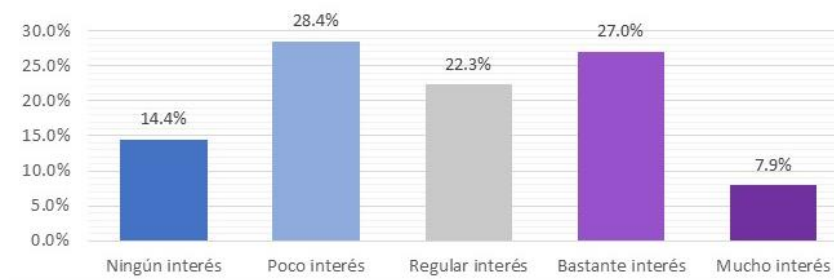


Figura 81. Grado de interés por la oferta cultural de Andalucía. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, p.5, elaboración propia)

El resultado demuestra que el 42.8% muestra poco o ningún interés, el 22.3% muestra un regular interés, mientras que el 34.9% presta mucho o bastante interés por la oferta cultural de Andalucía.

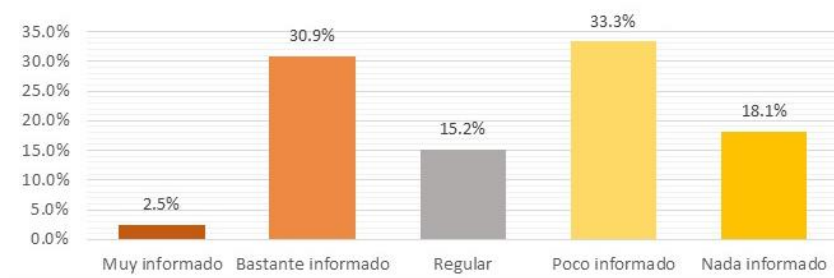


Figura 82. Grado de información de la agenda cultural en el entorno físico más cercano. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, p.7, elaboración propia)

Más de la mitad de los encuestados se encuentran poco o nada informados con un 51.4%, mientras que el 33.4% está bastante o muy informado de la oferta cultural andaluza.

Tabla 4.
Grado de información respecto del sexo, edad, nivel de estudios y nivel de ingresos de la población. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, elaboración propia)

Variables	Alternativas	Muy/bastante informado	Regular	Poco/nada informado
Sexo	Hombre	30.6	14.8	54.6
	Mujer	36.1	15.6	48.3
Edad	16 - 24	42.2%	17.8%	40.1%
	35 - 54	34.0%	15.3%	50.6%
	55 a más de 65	25.0%	12.8%	62.2%

	Preescolar primaria y 1° etapa de educación secundaria	21.6%	13.0%	65.4%
Nivel de estudios	2° etapa de educación secundaria y postsecundaria no superior	41.2%	20.3%	38.5%
	1° y 2° ciclo educación superior y doctorado	52.0%	13.5%	34.5%
	Bajos (menos de 900 euros/mes)	28.4%	15.5%	56.1%
Nivel de ingresos	Medios (de 901 a 1 800 euros/mes)	32.5%	16.2%	51.3%
	Altos (de 1 801 a más de 6 000 euros/mes)	37.0%	7.4%	55.6%
	NS / NC	34.5%	15.3%	50.3%

En la tabla precedente, el mayor porcentaje de la población se encuentra poco o nada informada de la oferta cultural andaluza, el porcentaje mayor se encuentra ubicado en el nivel preescolar primaria y 1° etapa de educación secundaria con un 65.4%, mientras que la población ubicada en el 1° y 2° ciclo de educación superior y doctorado son los que cuentan con menor porcentaje con un 34.5%. La población con muy / bastante información de la oferta cultural con 1° y 2° ciclo de educación superior y doctorado cuentan con 52%.

Se precisa igualmente que la población, en todos los niveles de ingresos se encuentran poco o nada informados sobre la oferta cultural andaluza, sobrepasando el 50% en todos los niveles (bajo, medio y alto).

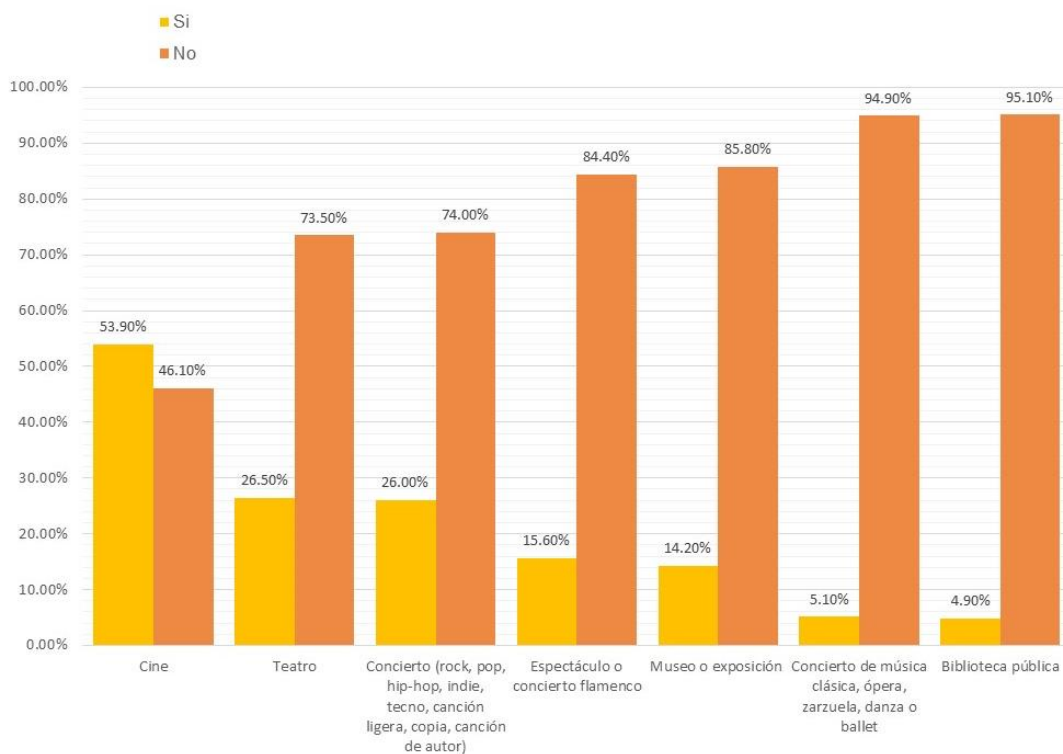


Figura 83. Porcentajes de asistencia y no asistencia de los andaluces a las actividades culturales. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017; elaboración propia)

La visita a los museos, exposiciones y bibliotecas se constata claramente con la relación directamente proporcional con el mayor grado de formación educativa de los andaluces y andaluzas. Además, la población que más los visita se encuentra entre la población de 35 a 54 años. Las actividades relacionadas a las artes escénicas son las que tienen un mayor seguimiento de la población. Los visitantes al cine, teatro y conciertos de música actual son los que cuentan con mayor afluencia; aquellos espectáculos más especializados como espectáculos o conciertos flamencos, conciertos de música clásica, ópera o ballet cuentan con menor porcentaje de afluencia. En general las mujeres con las que asisten a las actividades culturales que los hombres. A mayor nivel de estudios se genera una mayor asistencia a

las actividades culturales. Las personas más jóvenes son las que generan mayor consumo cultural.

Tabla 5.

Relación de las actividades culturales respecto del sexo, edad, nivel de estudios y nivel de ingresos de la oferta cultural andaluza. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, elaboración propia)

Variables	Alternativas	Cine	Teatro	Concierto de música clásica, ópera, zarzuela, danza o ballet	Espectáculo o concierto flamenco	Concierto (rock, pop, hip-hop, indie, tecno, canción ligera, copia, canción de autor)	Museo o exposición	Biblioteca pública
Sexo	Hombre	51.7	24.9	3.4	12.8	24.5	14	4.7
	Mujer	56	28	6.7	18.3	27.4	14.4	5.1
Edad	16 - 24	81.5%	33.1%	3.1%	18.1%	49.5%	15.7%	12.9%
	35 - 54	61.8%	27.8%	6.5%	21.3%	25.7%	15.8%	1.6%
	55 a más de 65	20.4%	19.2%	5.2%	6.7%	5.8%	11.0%	1.8%
Nivel de estudios	Preescolar primaria y 1º etapa de educación	35.2%	13.4%	2.6%	8.8%	15.5%	7.9%	2.8%
	2º etapa de educación secundaria y postsecundaria no	69.1%	30.2%	7.2%	15.8%	33.0%	18.6%	7.2%
	1º y 2º ciclo educación superior y doctorado	79.5%	54.5%	8.5%	32.5%	42.5%	24.0%	7.0%
Nivel de ingresos	Bajos (menos de 900 euros/mes)	46.6%	18.9%	4.7%	6.8%	19.6%	13.5%	3.4%
	Medios (de 901 a 1 800 euros/mes)	48.7%	26.5%	8.5%	7.7%	23.1%	19.7%	2.6%
	Altos (de 1 801 a más de 6 000 euros/mes)	48.1%	33.3%	7.4%	14.8%	22.2%	14.8%	7.4%
	NS / NC	56.5%	27.8%	4.5%	18.8%	28.0%	13.4%	5.5%

Entre los andaluces, existe un elevado conocimiento de los monumentos declarados por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad los mismos que son visitados por jóvenes, estudiantes, trabajadores y personas con mayor poder adquisitivo y formativo.

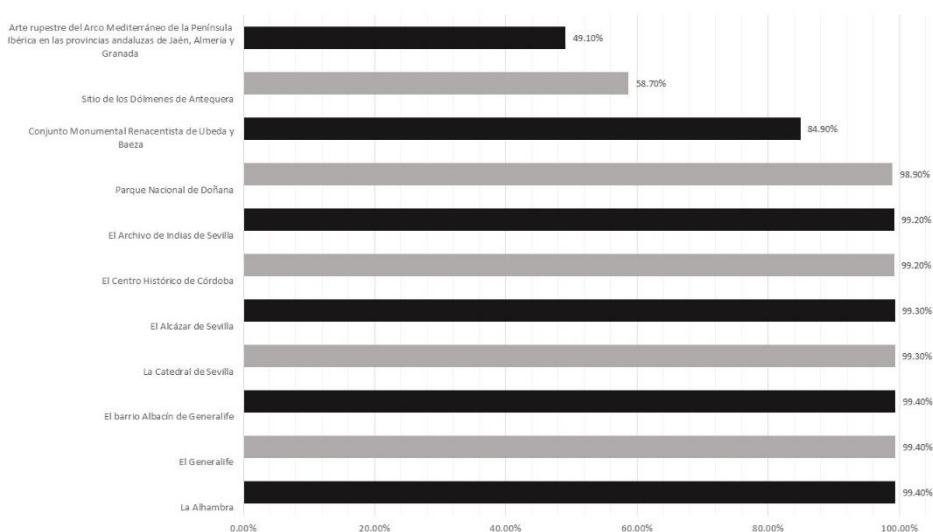


Figura 84. Nivel de conocimiento de los monumentos andaluces Patrimonio de la Humanidad. (Recuperado de Junta de Andalucía, 2017, p.39, elaboración propia)

La mayoría de los monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad cuentan con un porcentaje cercano al 100%, solamente el Arte rupestre del Arco Mediterráneo de la Península Ibérica en las provincias andaluzas de Jaén, Almería y Granada cuentan con un porcentaje de 49.10%.

El consumo cultural es un elemento que cada día se apropia más del ser humano, el mismo que se circunscribe dentro de lo que se posee o cuenta con la capacidad de llegar a apropiarse. El consumo cultural es un rubro de demanda elástica, es decir se rige por el nivel de ingresos del grupo familiar, si este varía desfavorablemente, el nivel de consumo disminuye, observándose y, en general se observa la resignación de los gastos no relacionados con necesidades básicas. La restricción económica de acceso a la cultura, retira a la familia del espacio público cultural, compartido con otros ciudadanos para recluirla en el interior de los hogares.

El tiempo libre o de ocio es un aspecto que la sociedad actual valora por encima de la política o de la religión. Actualmente la población en general valora el disfrute del medio ambiente, espacio público, patrimonio culturales, así como actividades y eventos relacionados con la cultura, que se consideran fuentes de bienestar y calidad de vida, ocupando buena parte del tiempo de los ciudadanos.

Hoy en día constituye uno de los consumos más habituales y crecientes por parte del público, una exigencia de muchos ciudadanos y vértice fundamental de las estrategias de desarrollo económico de muchas instituciones locales y regionales, que utilizan el patrimonio cultural como elemento de transformación urbana y económica.

El ocio es una forma voluntariamente elegida de utilizarlo en lo que más les interese a las personas. Y por ello, el consumo cultural está fuertemente segmentado por

los gustos, las preferencias y los hábitos dispares de los consumidores que tienden a fabricar su propio estilo. Es así que el consumo tiende a ser una experiencia individualizada.

Debido al aumento constante por el consumo cultural, ha sido necesario que a lo largo del tiempo se creen indicadores de economía y cultura, es por ello que de acuerdo a estudios realizados se ha demostrado que el consumo cultural es parte de la identidad cultural de los individuos, teniendo en cuenta que el sector cultura genera empleo y aporta a la producción nacional.

Entendido el consumo cultural desde un enfoque económico, la cultura es una fuente generadora de riqueza y de actividad, ya que es parte de la economía de mercado porque genera un costo significativo al cual se le tiene que asignar un valor monetario.

El consumo cultural, la educación y la formación docente se encuentran asociados a los estudios de socialización formales, no formales e informales en el sistema educativo, es así que es necesario hacer una reflexión de los docentes de las diversas instituciones a nivel pre escolar, escolar, técnica, universitaria y post universitaria para poder definir el universo cultural de aquellas personas responsables de generar conocimiento en un universo de estudiantes que viene *in crescendo* con el paso de los años y que repercutirá notablemente en cada uno de los receptores de esta educación, muchas veces deficiente por el nivel cultural de los docentes y las transformaciones que atraviesan las instituciones educativas en la actualidad.

Otro aspecto a considerar se relaciona con la gestión cultural orientada a las necesidades del consumo cultural donde, los gestores culturales, administradores de la cultura, emprendedores de la cultura y los responsables de gestión cultural,

deben encontrarse en condiciones de poder llevar adelante la actividad cultural en una era marcada por el cambio permanente y la complejidad de la realidad, interviniendo adecuadamente en entornos de alta incertidumbre.

La sociedad peruana, demanda niveles crecientes de profesionalismo en el manejo de las instituciones, recursos y proyectos, debiendo responder a estándares cada vez más elevados en su capacidad de liderar proyectos y organizaciones, así como garantizar la autosostenibilidad de los mismos.

En la actualidad y debido a los cambios y a la evolución de las necesidades propias del ser humano para la diversión, el ocio, el entretenimiento y el tiempo libre, se ha visto la necesidad de crear espacios para suplir las necesidades de consumo cultural para satisfacer sus prioridades, redundando positivamente en el papel que estos lugares tienen dentro de la sociedad.

El público es el principal actor de los centros culturales y museos, es quien finalmente conduce y decide cual es el lugar de entretenimiento y ocio al que se encuentra orientado, es así que la comunidad es la que define la razón de las instituciones culturales como el instrumento y motor de desarrollo sostenible a su servicio.

El reto, en la actualidad, es garantizar que todos los sectores e individuos de la sociedad tengan acceso a los bienes y servicios culturales que se producen en su localidad, región o país. Se necesita continuar aumentando la inversión en este campo, favorecer la formación y producción de conocimiento en el área, ampliar los espacios públicos y privadas de participación cultural y propiciar la integración cultural en todos los niveles.

Los actores dentro de la gestión cultural nacional para la generación de bienes y servicios culturales son: el estado, los gobiernos regionales y locales, la sociedad

civil y las universidades e instituciones educativas para una adecuada coordinación con una planificada división de funciones y trabajo en el contexto de una permanente cooperación en todos los niveles.

1.3 Definición de términos básicos

Actividades, bienes y servicios culturales

Desde el punto de vista de su “calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2017)

Código Ético Mundial para el Turismo

El código enuncia principios que guían el desarrollo del turismo, siendo el marco de referencia para el sector. Tiene como objetivo “reducir al mínimo los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente y el patrimonio cultural al tiempo que se aprovechan al máximo los beneficios del turismo en la promoción del desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza” (Organización Mundial del Turismo - OMT, 2001, pág. 2). Igualmente, el código indica la necesidad de promover el turismo responsable y sostenible para la sociedad en general.

Destino turístico

Espacio físico donde un visitante puede pernoctar y donde se encuentran agrupados una serie de “productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un

destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud” (World Tourism Organization - UNWTO, 2019, pág. 15).

El destino cuenta con “rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2016, pág. 150). “El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2016, pág. 150)

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible - ODS, es un llamado universal donde los Estados Miembros, en el año 2015, tienen el deseo universal de salvar el planeta, eliminar la pobreza, garantizar la paz y prosperidad para todas las personas en el mundo para el año 2030. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, 2020).

Los 17 ODS desean equilibrar la sostenibilidad medio ambiental, económica y social, para cambiar la vida de los seres humanos en todo el planeta, incluyendo pobreza cero, hambre cero, SIDA cero y discriminación cero contra las mujeres y niñas. Para conseguir las ODS es necesaria la colaboración de todos los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y los ciudadanos en general. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD, 2020).

Oferta turística

Es el conjunto de productos turísticos y servicios que se encuentran a “disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2016, pág. 151).

Producto turístico

“Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés” (World Tourism Organization - UNWTO, 2019, pág. 19), el mismo que genera en los turistas una experiencia integral y emocional.

Recurso turístico

Los recursos turísticos son elementos naturales o creados por el ser humano o cualquier actividad humana que puede generar desplazamientos de personas con la finalidad de su contemplación o de realizar alguna actividad de recreación o deleite; asimismo son “expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, 2016, pág. 151).

Turismo cultural

“Tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales,

materiales e inmateriales, de un destino turístico”. (World Tourism Organization - UNWTO, 2019, pág. 31)

Los atractivos/productos son los elementos:

(...) materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. (World Tourism Organization - UNWTO, 2019, pág. 31).

CAPÍTULO II:

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

Hipótesis principal

HI: La oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú

HN: La oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú

Hipótesis derivadas

1. Las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influyen en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
2. La inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
3. La inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.
4. El patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú
5. La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú

2.2 Variables y definición operacional

Oferta cultural

La oferta cultural se determina por la demanda de servicios y/o actividades culturales de los ciudadanos, teniendo en cuenta el conocimiento de sus necesidades, procurando fortalecer los procesos creativos y apropiación de los bienes culturales para desarrollar de planes, programas y proyectos culturales donde intervenga el estado, los gobiernos regionales y locales, empresas privadas, sociedad civil, entre otras.

Consumo cultural

Apropiación de un bien o producto cultural, con total libertad, de acuerdo a sus condiciones económicas y socio – culturales de sus propios gustos, buscando rescatar la creatividad, el carácter interactivo y lúdico, predominando el valor simbólico y emotivo frente al valor del uso. Asimismo, el consumo cultural se encuentra asociado directamente a la construcción de identidades multiculturales y a la ciudadanía en su totalidad, incluyendo a las personas con discapacidad física, auditiva, visual y cognitiva.

Actividades culturales

Las actividades culturales son eventos que realiza la sociedad a través de instituciones públicas o privadas o por grupos culturales y/o artísticos. Estas actividades transmiten expresiones culturales que permiten generar y fortalecer la identidad y la diversidad cultural entre los diversos grupos humanos a nivel local, regional, nacional e internacional, con equidad y justicia social.

Inversión pública

La inversión pública “es toda intervención limitada en el tiempo que utiliza total o parcialmente recursos públicos, con el fin de crear, ampliar, mejorar, modernizar o recuperar bienes o servicios que se brinda a la población”. (Mejorando la Inversión Municipal - MIM, 2012, pág. 1).

Las inversiones públicas tienen como finalidad principal mejorar la calidad de vida de la población y desarrollo de la comunidad en general. Mediante las inversiones públicas, autoridades y funcionarios responden a las necesidades de la población y las prioridades de desarrollo local, con el uso responsable de los recursos financieros del estado. (Mejorando la Inversión Municipal - MIM, 2012).

Inversión privada

Es la inversión que realizar el sector privado con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo.

Patrimonio cultural inmueble

Los inmuebles que pertenecen al Patrimonio Cultural de la Nación como las obras de infraestructura, edificios y elementos constitutivos de centros históricos, ambientes y conjuntos monumentales, así como otras construcciones o evidencias materiales resultantes de la vida y actividad humana urbanos y/o rurales. Los inmuebles patrimoniales o entidades identificadas por su valor y que forman parte de la memoria colectiva de la sociedad. (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016).

Infraestructura cultural

La infraestructura cultural es todo aquel espacio arquitectónico en donde se realizan diversos tipos de prácticas y manifestaciones culturales y/o artísticas de las comunidades en general, siendo elementos fundamentales para la vida, dinamismo e identidad. Estos espacios deben ser ubicados y diseñados de acuerdo con las necesidades de la ciudadanía, debiendo responder a los requerimientos y funciones requeridas.

Poder adquisitivo

Cantidad de dinero que tienen las personas para conseguir diversos bienes y servicios culturales por una cantidad fija de dinero. El poder adquisitivo que tienen las personas para el consumo cultural tiene estrecha relación con los ingresos económicos mensuales.

Tiempo libre y ocio

Tiempo libre es el periodo de tiempo que las personas tienen para la realización de diversas actividades, las mismas que les generan satisfacción y que no se encuentran relacionadas con el trabajo ni con las tareas domésticas. Para nuestra investigación, estas actividades se encuentran relacionadas al ámbito cultural, donde los ciudadanos disfrutan de aquellas que consideran más convenientes y ellos escogen de manera voluntaria para disfrutar, divertirse, relajarse, entretenerse y descansar y sentirse para desarrollarse o participar de manera voluntaria en la vida social de su comunidad.

Interés

Inclinación del ánimo que tienen las personas hacia un objeto, artículo, bien o servicio cultural.

Gasto

Cantidad de dinero que utilizan las personas para conseguir diversos bienes y servicios culturales por una cantidad fija de dinero. El gasto que realizan las personas en el consumo cultural tiene estrecha relación con los ingresos económicos mensuales.

Tabla 6

Matriz de la operacionalización de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEM
<p>Independiente</p> <p>(X) = Oferta cultural urbana</p>	<p>La oferta cultural se determina por la demanda de servicios y/o actividades culturales de los ciudadanos, teniendo en cuenta el conocimiento de sus necesidades, procurando fortalecer los procesos creativos y apropiación de los bienes culturales para desarrollar de planes, programas y proyectos culturales donde intervenga el estado, los gobiernos regionales y locales, empresas privadas, sociedad civil, entre otras.</p>	<p>X1= Actividades culturales</p>	<p>Las actividades culturales son eventos que realiza la sociedad a través de instituciones públicas o privadas o por grupos culturales y/o artísticos. Estas actividades transmiten expresiones culturales que permiten generar y fortalecer la identidad y la diversidad cultural entre los diversos grupos humanos a nivel local, regional, nacional e internacional, con equidad y justicia social.</p>	<p>X11= Información de las actividades culturales X12= N° de participación en actividades culturales como artes plásticas y visuales X13= N° de participación en actividades culturales como artes escénicas X14= N° de visitas a espacios culturales (museos, centros culturales, galerías y salas de exposición) X15= N° de visitas a bibliotecas X16= N° de visitas al patrimonio cultural inmueble (casas, casonas e iglesias históricas) de Barranco</p>	<p>1, 2, 3, 4, 5 y 6</p>
		<p>X2= Inversión pública</p>	<p>La inversión pública "es toda intervención limitada en el tiempo que utiliza total o parcialmente recursos públicos, con el fin de crear, ampliar, mejorar, modernizar o recuperar bienes o servicios que se brinda a la población". (Mejorando la Inversión Municipal - MIM, 2012, pág. 1). Las inversiones públicas tienen como finalidad principal mejorar la calidad de vida de la población y desarrollo de la comunidad en general. Mediante las inversiones públicas, autoridades y funcionarios responden a las necesidades de la población y las prioridades de desarrollo local, con el uso responsable de los recursos financieros del estado. (Mejorando la Inversión Municipal - MIM, 2012).</p>	<p>X21= N° de espacios públicos disponibles X22= N° de espacios culturales disponibles X23= Nivel de inversión pública en espacios públicos y culturales</p>	<p>7, 8 y 9</p>

		X3= Inversión privada	Es la inversión que realizar el sector privado con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo.	X31= Nivel de inversión privada en espacios culturales X32= N° de actividades culturales en espacios privados X33= Nivel de inversión en promoción y difusión de actividades culturales	10, 11 y 12
		X4= Patrimonio cultural inmueble	Los inmuebles que pertenecen al Patrimonio Cultural de la Nación como las obras de infraestructura, edificios y elementos constitutivos de centros históricos, ambientes y conjuntos monumentales, así como otras construcciones o evidencias materiales resultantes de la vida y actividad humana urbanos y/o rurales. Los inmuebles patrimoniales o entidades identificadas por su valor y que forman parte de la memoria colectiva de la sociedad. (Empresa Editorial Macro EIRL, 2016).	X41= Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco X43= Nivel de conservación del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco	13 y 14
		X5= Infraestructura cultural	La infraestructura cultural es todo aquel espacio arquitectónico en donde se realizan diversos tipos de prácticas y manifestaciones culturales y/o artísticas de las comunidades en general, siendo elementos fundamentales para la vida, dinamismo e identidad. Estos espacios deben ser ubicados y diseñados de acuerdo con las necesidades de la ciudadanía, debiendo responder a los requerimientos y funciones requeridas.	X51 = Nivel de conocimiento de la infraestructura cultural en el distrito X52 = N° de infraestructura cultural X53= N° de espacios culturales (museos, centros culturales, galerías, salas de exposiciones y bibliotecas) X54 = Nivel de accesibilidad	15, 16, 17 y 18
Dependiente (Y)= Consumo Cultural	Apropiación de un bien o producto cultural, con total libertad, de acuerdo a sus condiciones económicas y socio – culturales de sus propios gustos, buscando rescatar la creatividad, el carácter interactivo y lúdico, predominando el valor simbólico y emotivo frente al valor del uso. Asimismo, el consumo cultural se encuentra	Y1= Poder adquisitivo	Cantidad de dinero que tienen las personas para conseguir diversos bienes y servicios culturales por una cantidad fija de dinero. El poder adquisitivo que tienen las personas para el consumo cultural tiene estrecha relación con los ingresos económicos mensuales.	Y61= Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales Y62= Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes escénicas Y63= Nivel adquisitivo para participar en museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	19, 20, 21 y 22

asociado directamente a la construcción de identidades multiculturales y a la ciudadanía en su totalidad, incluyendo a las personas con discapacidad física, auditiva, visual y cognitiva.			Y64= Nivel adquisitivo para visitar bibliotecas	
	Y2= Tiempo libre y ocio	Tiempo libre es el periodo de tiempo que las personas tienen para la realización de diversas actividades, las mismas que les generan satisfacción y que no se encuentran relacionadas con el trabajo ni con las tareas domésticas. Para nuestra investigación, estas actividades se encuentran relacionadas al ámbito cultural, donde los ciudadanos disfrutan de aquellas que consideran más convenientes y ellos escogen de manera voluntaria para disfrutar, divertirse, relajarse, entretenerse y descansar y sentirse para desarrollarse o participar de manera voluntaria en la vida social de su comunidad.	X71= N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes plásticas y visuales X72= N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes escénicas X73= N° de horas disponibles mensuales para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición X74= N° de horas disponibles mensuales para visitar bibliotecas X75= N° de horas disponibles mensuales para visitar Patrimonio Cultural Inmueble	23, 24, 25, 26 y 27
	Y3= Interés	Inclinación del ánimo que tienen las personas hacia un objeto, artículo, bien o servicio cultural.	Y81= Grado de interés por las actividades culturales Y82= Grado de interés por los museos, centros culturales, galerías y salas de exposición Y83= Grado de interés por las bibliotecas Y84= Grado de interés por el patrimonio cultural inmueble	28, 29, 30 y 31
	Y4= Gasto	Cantidad de dinero que utilizan las personas para conseguir diversos bienes y servicios culturales por una cantidad fija de dinero. El gasto que realizan las personas en el consumo cultural tiene estrecha relación con los ingresos económicos mensuales.	X91= Gasto mensual en actividades culturales como artes plásticas y visuales X92= Gasto mensual en actividades culturales como artes escénicas X93= Gasto mensual en visitas a museos, centros culturales, galerías y salas de exposición X94= Gasto mensual en visitas a bibliotecas X95= Gasto mensual en visitas a Patrimonio Cultural Inmueble	32, 33, 34, 35 y 36

Elaboración propia (2020)

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Cuantitativo – no experimental, debido a que se basa en la obtención de información, tal como las variables se manifiestan en la realidad sin influencia del investigador en su comportamiento.

Asimismo, dentro del diseño no experimental es un estudio correlacional – causal.

3.2 Diseño muestral

La población para el estudio son los residentes del distrito de Barranco de 18 años a más. El tamaño de la muestra a considerar es de 62 personas a encuestar por medio del correo electrónico.

El tipo de muestreo es no probabilístico – transeccional, correlacional – causal determinística o por conveniencia debido a que por razones estrictamente de la pandemia no era posible realizar una muestra representativa de la población total, por lo tanto se entiende que los resultados de esta investigación serán solamente válidos para la población realmente encuestada, es decir para las 62 personas encuestadas.

3.3 Técnicas de recolección de datos

La técnica que se va a utilizar para la investigación es la encuesta.

La encuesta para utilizar como técnica es un método válido y confiable, con un número de preguntas específicas, las mismas que se formulan en función de los propósitos de la investigación, de las variables y de las dimensiones. El

planteamiento de la encuesta será objetiva para evitar sesgos en las respuestas de los encuestados, asimismo, el diseño de este se elaborará mediante una secuencia de preguntas para mostrar relación entre ellas y reflejar un proceso de pensamiento lógico.

Este cuestionario contendrá preguntas predeterminadas y concretas, con preguntas cerradas, las mismas que podrían ser dicotómicas, tricotómicas, de alternativas múltiples, de alternativas de rangos o grupos o de gradación de Likert.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La técnica estadística para el procesamiento de la información será mediante el Excel que tiene la capacidad de analizar los datos introducidos y la emisión de tablas estadísticas.

3.5 Aspectos éticos

La ética es un aspecto fundamental a considerar en la investigación, es por ello que todos los participantes del presente estudio han proporcionado su consentimiento de manera explícita. Asimismo, todos los participantes (colaboradores) han sido mayores de edad.

Las encuestas realizadas, debido al estado de pandemia por el COVID – 19 se han realizado mediante correo electrónico, respetando a cada una de las participantes por las facilidades brindadas para la presente investigación.

Se mantendrá la confidencialidad de todos participantes en las encuestas y todos los resultados serán reportados con honestidad y veracidad.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Análisis de los resultados cuantitativos

Tabla 7
Pruebas de normalidad

		Pruebas de normalidad			Shapiro-Wilk		
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Estadístico	gl	Sig.
V1 (Agrupada)		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
v2 (Agrupada)	Bajo	.535	26	.000	.301	26	.000
	Medio	.	14	.	.	14	.
	Alto	.	22	.	.	22	.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Elaboración propia

Independiente (X) = **Oferta cultural urbana**

Dependiente (Y) = **Consumo cultural**

En la tabla X para comprobar la normalidad de los datos de la presente investigación correlación, al tener 62 datos procesados se procesa con Kolmogorov – Smirnov por ser mayor a treinta (30) datos, siendo el valor de sigma (α) es de 0,000 (0,00%) al ser menor a 0,05 o 5,00% se precisa de que NO TIENE NORMALIDAD, por lo tanto, se debe trabajar con ESTADISTICOS NO PARAMETRICOS.

Frecuencias

Tabla de frecuencia para la variable 1

Tabla 8
Tabla de frecuencias V1 agrupada.

		V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	41.9	41.9	41.9

Medio	14	22.6	22.6	64.5
Alto	22	35.5	35.5	100.0
Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

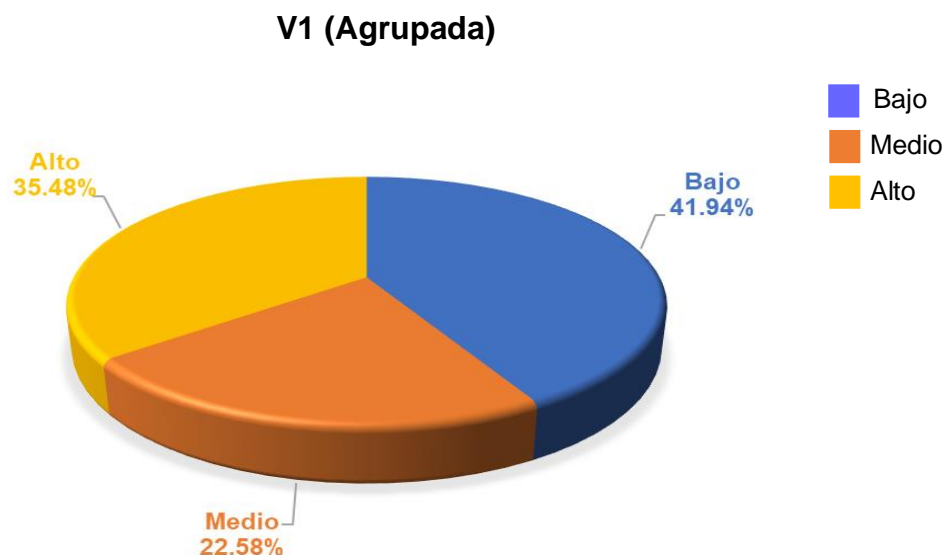


Figura 85. Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1) Oferta cultural urbana** que de acuerdo a la tabla 8 y figura 85, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 26 casos (41,9%), Medio 14 casos (22,6%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Fiabilidad V1

Tabla 9
Resumen de procesamiento de casos.

		N	%
	Válido	18	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	18	100,0

Elaboración propia

Tabla 10
Estadísticas de fiabilidad V1.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,781	18

Elaboración propia

Tabla de frecuencia para la variable 1 dimensión 1

Tabla 11
Tabla de frecuencias D1V1 agrupada.

		D1V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	38	61.3	61.3	61.3
	Medio	2	3.2	3.2	64.5
	Alto	22	35.5	35.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

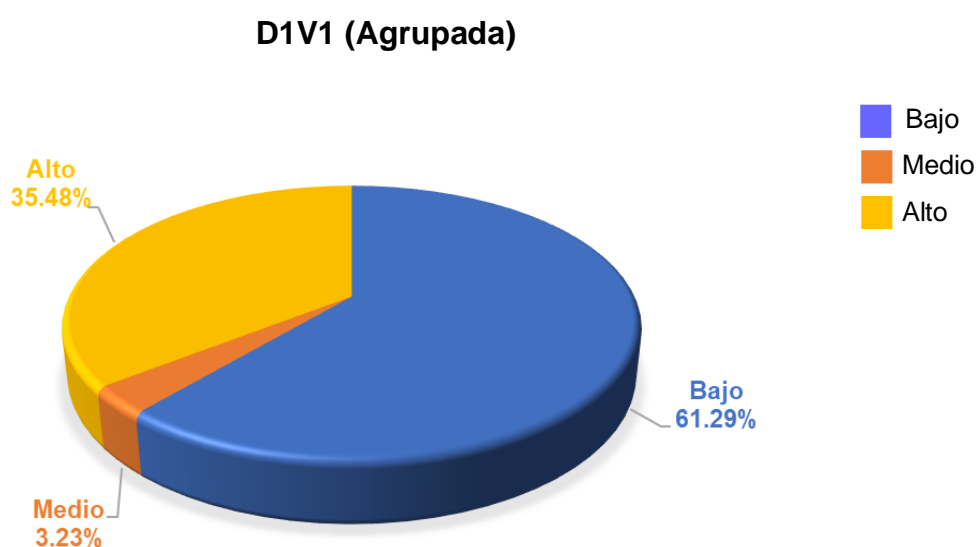


Figura 86. Dimensión 1 Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1D1) Actividades culturales** que de acuerdo a la tabla 11 y figura 86, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 38 casos (61,3%), Medio 2 casos (3,2%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 1 dimensión 2

Tabla 12
Tabla de frecuencias D2V1 agrupada.

		D2V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	37	59.7	59.7	59.7
	Medio	6	9.7	9.7	69.4
	Alto	19	30.6	30.6	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

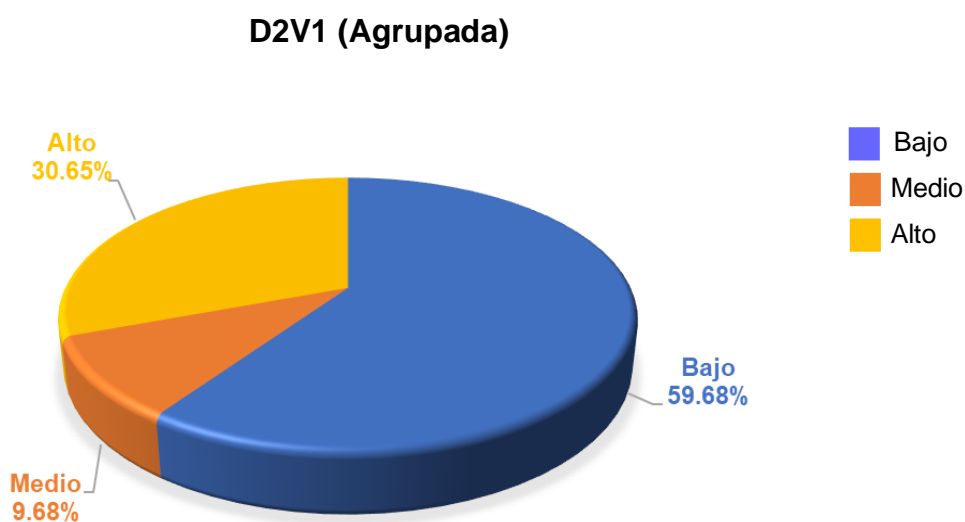


Figura 87. Dimensión 2 Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1D2) Inversión pública** que de acuerdo a la tabla 12 y figura 87, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 37 casos (59,7%), Medio 6 casos (9,7%) y Alto 19 casos (30,6%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 1 dimensión 3

Tabla 13
Tabla de frecuencias D3V1 agrupada.

		D3V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	27	43.5	43.5	43.5
	Medio	16	25.8	25.8	69.4
	Alto	19	30.6	30.6	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

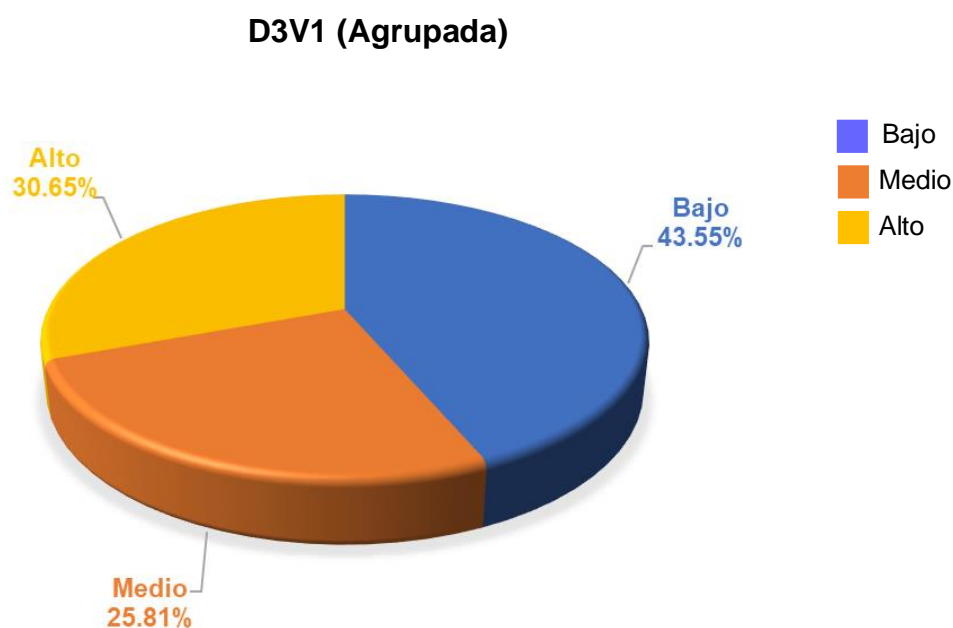


Figura 88. Dimensión 3 Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1D3) Inversión privada** que de acuerdo a la tabla 13 y figura 88, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 27 casos (43,5%), Medio 16 casos (25,8%) y Alto 19 casos (30,6%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 1 dimensión 4

Tabla 14
Tabla de frecuencias D4V1 agrupada.

		D4V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	34	54.8	54.8	54.8
	Medio	6	9.7	9.7	64.5
	Alto	22	35.5	35.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

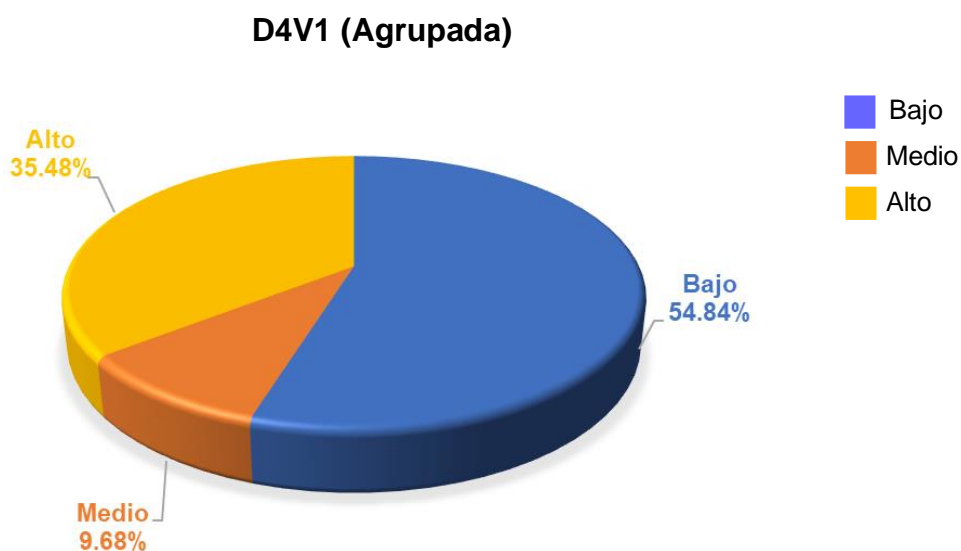


Figura 89. Dimensión 4 Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1D4) Patrimonio cultural inmueble** que de acuerdo a la tabla 14 y figura 89, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 34 casos (54,8%), Medio 6 casos (9,7%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 1 dimensión 5

Tabla 15
Tabla de frecuencias D5V1 agrupada.

		D5V1 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	29	46.8	46.8	46.8
	Medio	8	12.9	12.9	59.7
	Alto	25	40.3	40.3	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

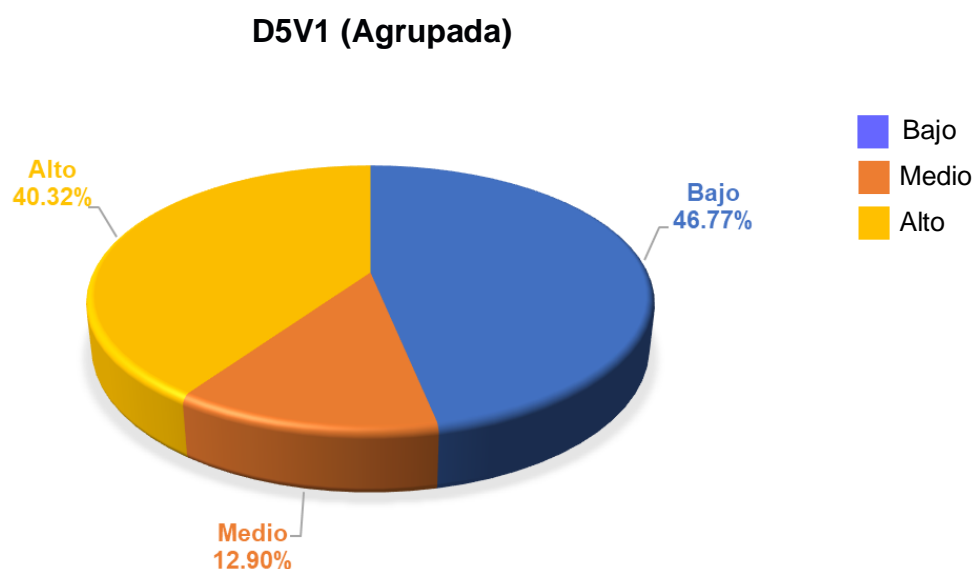


Figura 90. Dimensión 5 Variable 1 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V1D5) Infraestructura cultural** que de acuerdo a la tabla 16 y figura 90, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 29 casos (46,8%), Medio 8 casos (12,9%) y Alto 25 casos (40,3%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 2

Tabla 16
Tabla de frecuencias V4 agrupada.

		V2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	24	38.7	38.7	38.7
	Medio	16	25.8	25.8	64.5
	Alto	22	35.5	35.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

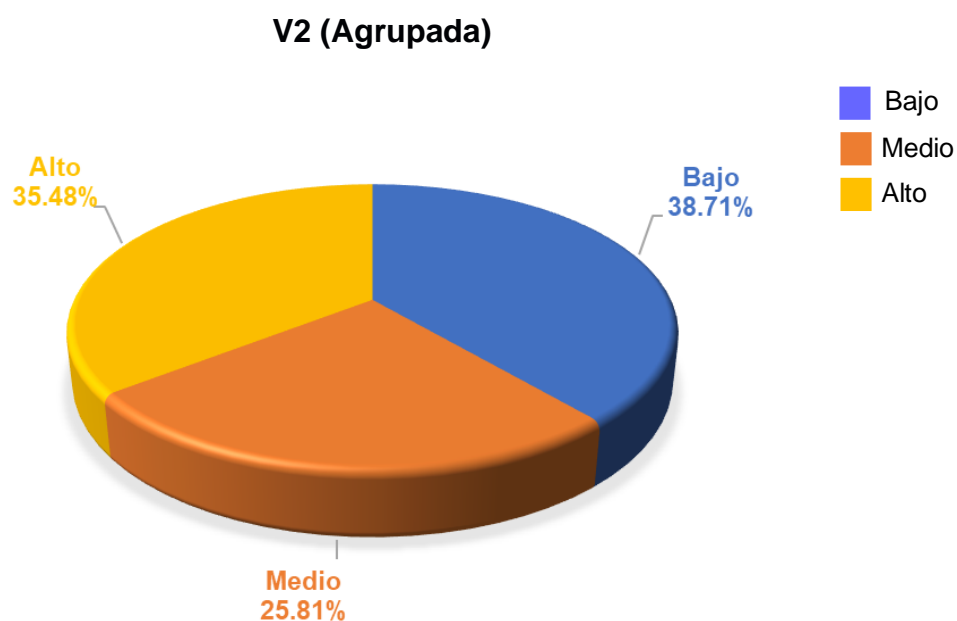


Figura 91. Variable 2 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(V2) Consumo Cultural** que de acuerdo a la tabla 16 y figura 91, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 24 casos (38,7%), Medio 16 casos (25,8%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Fiabilidad V2

Tabla 17
Resumen de procesamiento de casos.

		N	%
	Válido	18	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	18	100,0

Elaboración propia

Tabla 18
Estadísticas de fiabilidad V2.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	18

Elaboración propia

Tabla de frecuencia para la variable 2 dimensión 1

Tabla 19
Tabla de frecuencias D1V2 agrupada.

		D1V2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	41.9	41.9	41.9
	Medio	14	22.6	22.6	64.5
	Alto	22	35.5	35.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

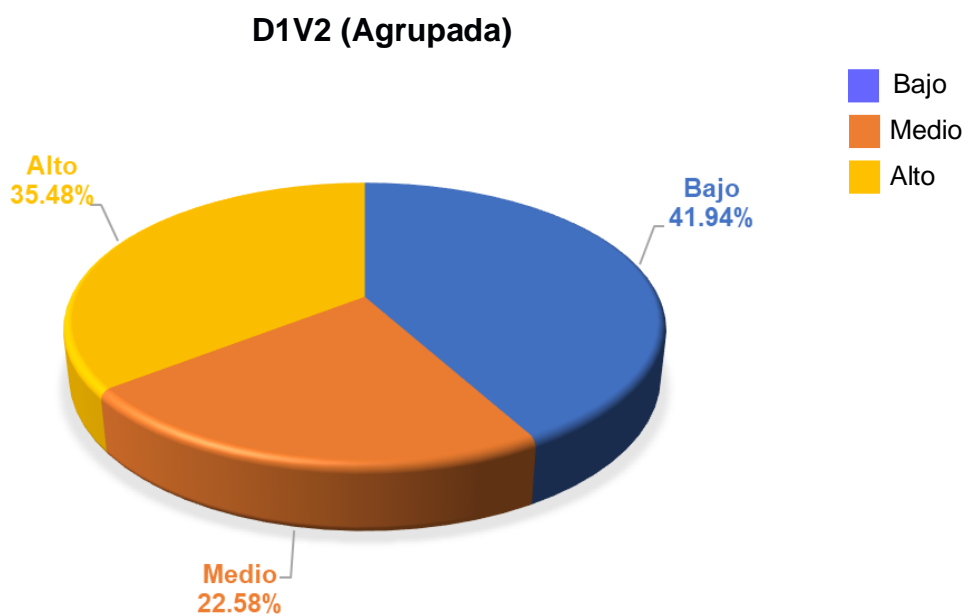


Figura 92. Dimensión 1 Variable 2 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para (**D1V2**) **Poder adquisitivo** que de acuerdo a la tabla 19 y figura 92, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 26 casos (41,9%), Medio 14 casos (22,6%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 2 dimensión 2

Tabla 20
Tabla de frecuencias D1V2 agrupada.

		D1V2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	41.9	41.9	41.9
	Medio	14	22.6	22.6	64.5
	Alto	22	35.5	35.5	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

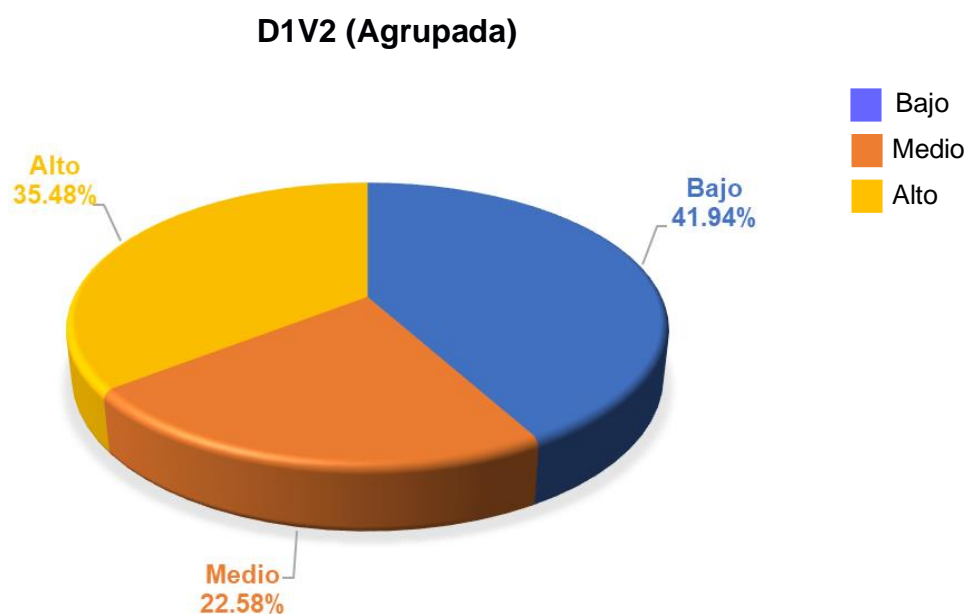


Figura 93. Dimensión 1 Variable 2 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para (**D1V2**) **Tiempo libre y ocio** que de acuerdo a la tabla 20 y figura 93, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 26 casos (41,9%), Medio 14 casos (22,6%) y Alto 22 casos (35,5%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 2 dimensión 3

Tabla 21
Tabla de frecuencias D3V2 agrupada.

		D3V2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	40	64.5	64.5	64.5
	Medio	3	4.8	4.8	69.4
	Alto	19	30.6	30.6	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

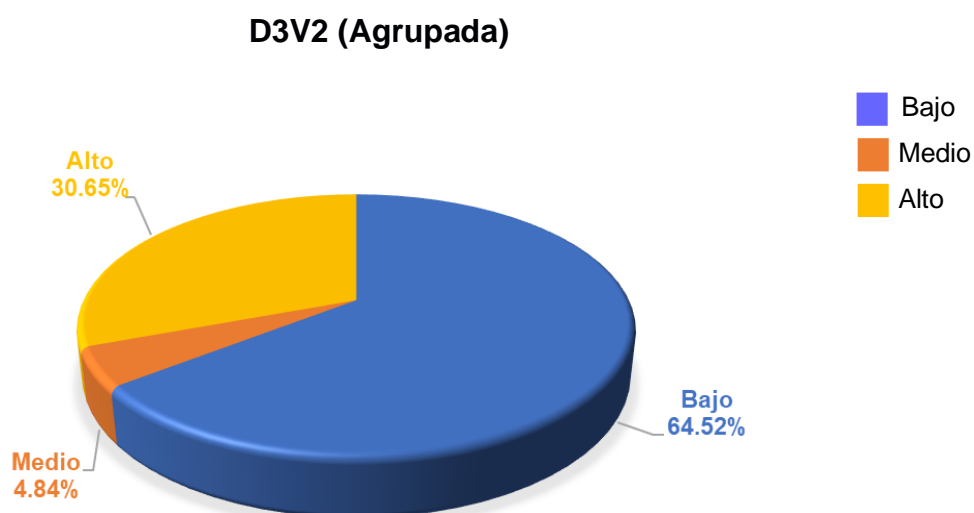


Figura 94. Dimensión 3 Variable 2 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(D3V2) Interés** que de acuerdo a la tabla 21 y figura 94, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 40 casos (64,5%), Medio 3 casos (4,8%) y Alto 19 casos (30,6%), de un total de 62 casos (100,00%).

Tabla de frecuencia para la variable 2 dimensión 4

Tabla 22
Tabla de frecuencias D4V2 agrupada.

		D4V2 (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	40	64.5	64.5	64.5
	Medio	12	19.4	19.4	83.9
	Alto	10	16.1	16.1	100.0
	Total	62	100.0	100.0	

Elaboración propia

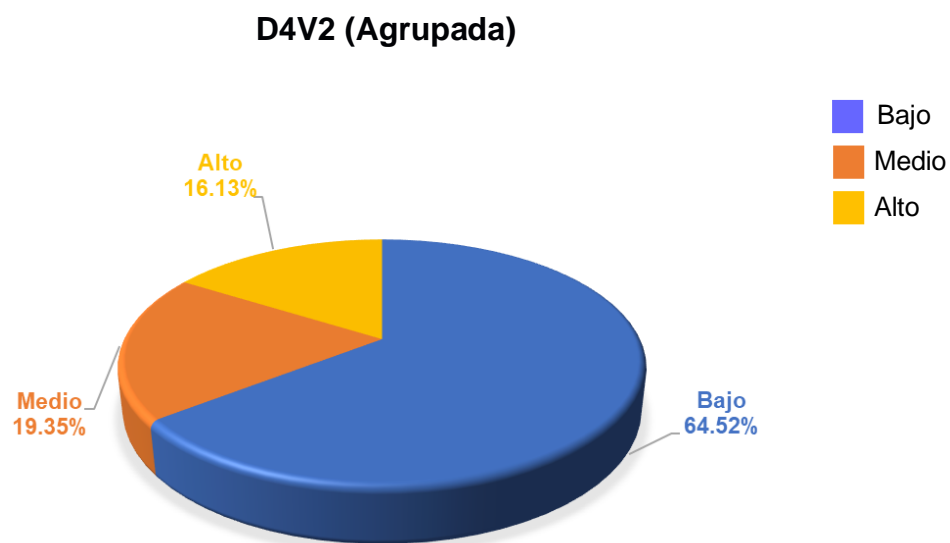


Figura 95. Dimensión 4 Variable 2 agrupada. (Elaboración propia)

Se puede analizar para **(D5V2) Gasto** que de acuerdo a la tabla 22 y figura 95, se puede describir e interpretar que los valores Bajo son 40 casos (64,5%), Medio 12 casos (19,4%) y Alto 10 casos (16,1%), de un total de 62 casos (100,00%).

4.2 Análisis de la prueba de hipótesis

Correlaciones no paramétricas – Hipótesis General

Ho: La oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Ha: La oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

1. El nivel de significancia (α) es de 0,05
2. Se valida la hipótesis de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 23
Correlaciones.

Correlaciones

			V1 (Agrupada)	V2 (Agrupada)
Rho de Spearman	V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.978**
		Sigma (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.978**	1.000
		Sigma (bilateral)	.000	.
		N	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,978**, lo que significa que la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral),

asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis alternativa o de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: **“La oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”**

Correlaciones no paramétricas de la Hipótesis Especifica 1

Ho: Las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Ha: Las Actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

(a) El nivel de significancia (α) es de 0,05

(b) Se valida la hipótesis de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 24
Correlaciones.

.Correlaciones

			D1V1 (Agrupada)	V2 (Agrupada)
Rho de Spearman	D1V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.890**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.890**	1.000

	Sig. (bilateral)	.000	.
	N	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,890**, lo que significa que la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: **“Las Actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”**

Correlaciones no paramétricas de la Hipótesis Específica 2

Ho: La Inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Ha: La Inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

- (a) El nivel de significancia (α) es de 0,05
- (b) Se valida la hipótesis de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario Se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 25
Correlaciones.

.Correlaciones

			D2V1 (Agrupada)	V2 (Agrupada)
Rho de Spearman	D2V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.880**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.880**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,880**, lo que significa que la relación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis alternativa o de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: ***“La Inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”***

Correlaciones no paramétricas de la Hipótesis Especifica 3

Ho: La Inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Ha: La Inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

(a) El nivel de significancia (α) es de 0,05

(b) Se valida la hipótesis alternativa o de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario Se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 26
Correlaciones.

			D3V1	V2
			(Agrupada)	(Agrupada)
Rho de Spearman	D3V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.942**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.942**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,942**, lo que significa que la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: **“La Inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”**

Correlaciones no paramétricas – Hipótesis Específica 4

Ho: El Patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Ha: El Patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

(a) El nivel de significancia (α) es de 0,05

(b) Se valida la hipótesis alternativa o de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 27
Correlaciones.

.Correlaciones

			D4V1 (Agrupada)	V2 (Agrupada)
Rho de Spearman	D4V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.911**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.911**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	62	62

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,911**, lo que significa que la relación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral),

asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: **“El patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”**

Correlaciones no paramétricas – Hipótesis Especifica 5

Ho: La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú

Ha: La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú

(a) El nivel de significancia (α) es de 0,05

(b) Se valida la hipótesis de estudio si el valor de sigma (α) es menor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis nula, caso contrario se valida la hipótesis nula si el valor de sigma (α) es mayor a 0,05 o 5,00% y se rechaza la hipótesis alternativa o de estudio.

Tabla 28
Correlaciones.

			D5V1 (Agrupada)	v2 (Agrupada)
Rho de Spearman	D5V1 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	.922**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	62	62
	V2 (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.922**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.

N	62	62
---	----	----

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Elaboración propia

Se puede analizar e interpretar que el valor del coeficiente de correlación es de 0,922**, lo que significa que la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), asimismo el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este ser menor a 0,05; por lo tanto, se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa. Se afirma lo siguiente: ***“La Infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.”***

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

El trabajo de investigación desarrollado muestra la correlación existente entre las dos variables: oferta cultural urbana y consumo cultural. Para lograr lo descrito se utilizó un cuestionario aplicado a 62 residentes de Barranco para establecer los valores de la oferta cultural existente en el distrito y el consumo que realizan de manera permanente.

Como primer resultado se pudo elaborar el perfil de los residentes de Barranco; la información demográfica muestra que el 54.80% de los encuestados son mujeres mientras que el 45.20% son hombres. El rango de edad mayor de los encuestados es aquellos que tienen 45 años a más con un total de 54.8%, seguidos por los que fluctúan entre los 25 a 34 años de edad con un 19.40%. El nivel educativo de los encuestados es mayor para los licenciados con un 38.70%, seguido por los bachilleres universitarios con un 24.20% y los encuestados con estudios técnicos con un 17.70%, el menor porcentaje con un 1.60% son aquellos que cuentan con estudios primarios y de doctorado.

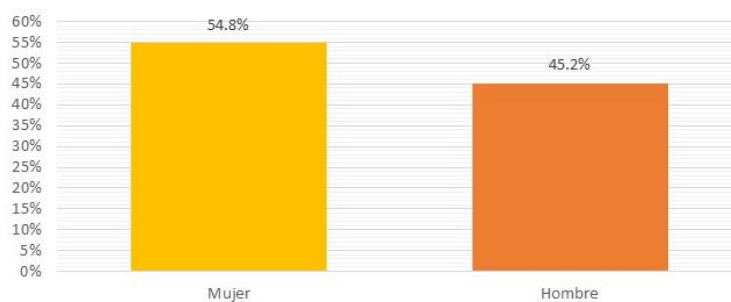


Figura 96. Sexo de los encuestados. (Elaboración propia)

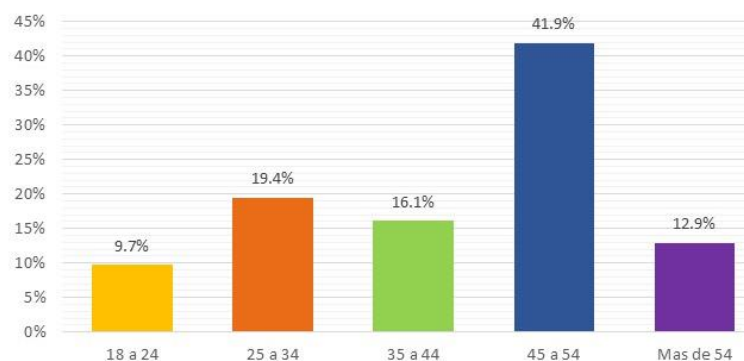


Figura 97. Rango de edad de los encuestados. (Elaboración propia)

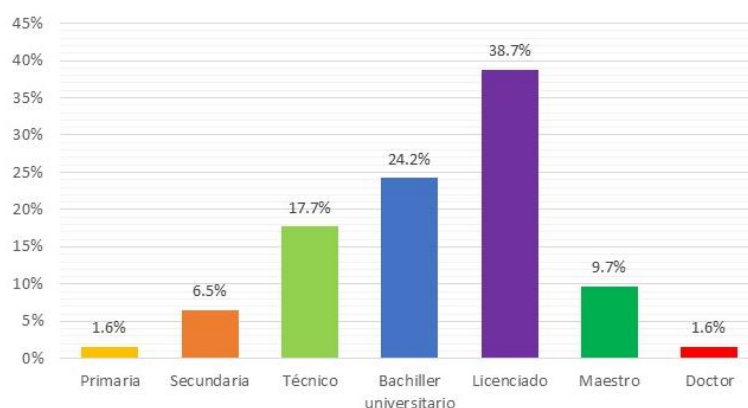


Figura 98. Nivel educativo de los encuestados. (Elaboración propia)

Los resultados de la investigación demuestran la correlación entre la oferta cultural urbana y el consumo cultural, llegando a la conclusión que se presenta una correlación del 0,978 que es considerada muy buena.

Es necesario precisar que, para efectos del cuestionario, el valor de la calificación 5 corresponde al criterio “totalmente de acuerdo”, 4 “de acuerdo”, 3 “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, 2 “en desacuerdo” y 1 “totalmente en desacuerdo”.

Para la revisión de los resultados se toman las variables oferta cultural urbana y consumo cultural y las dimensiones (actividades culturales, inversión pública, inversión privada, patrimonio cultural inmueble e infraestructura cultural) y (poder adquisitivo, tiempo libre y ocio, interés y gasto). De esta manera se podrá tener una visión más adecuada y precisa en el análisis de los resultados.

Para la dimensión actividades culturales de la variable oferta cultural urbana, el 51.62% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo en la participación en actividades culturales de artes plásticas y visuales, mientras que el 35.48% se encuentra de acuerdo en la participación en artes escénicas, el 16.13% está de acuerdo en su participación en espacios culturales como museos, centros culturales, galerías y salas de exposición; la visita a bibliotecas tiene en participación del 48.39% respecto de si se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo y; finalmente el 43.55% se encuentra de acuerdo en la visita al patrimonio cultural inmueble como casas, casonas e iglesias históricas de Barranco.

Con estos resultados obtenidos se puede visualizar que la participación en actividades culturales por parte de los encuestados en artes plásticas y visuales tiene un comportamiento que supera el 50% lo que puede inferirse que, si la oferta cultural se incrementa, se diversifica o se orienta a públicos segmentados por edades, esta podría incrementarse sustancialmente para beneficio de los vecinos.

Para la dimensión inversión pública, el 46.77% de los encuestados considera totalmente de acuerdo y de acuerdo que la Municipalidad de Barranco invierte en el mantenimiento y construcción de espacios públicos (plazas y parques) en el distrito.

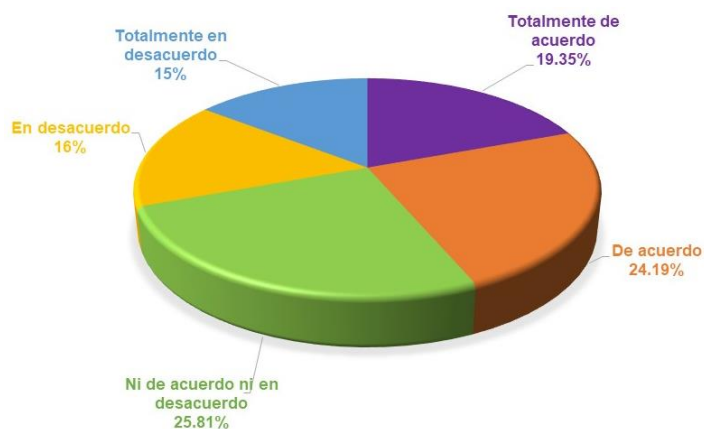


Figura 99. Considera que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales. (Elaboración propia)

El mantenimiento de los espacios públicos como los parques y plazas es de vital importancia para los vecinos del distrito, teniendo en cuenta que en estas áreas recreativas de Barranco se realizan actividades al aire libre para beneficio de los vecinos, por lo que es imprescindible que exista mayor inversión pública para que se puedan realizar mayores actividades culturales en estos espacios. Además, se debe de tener en cuenta que, si se incrementa la actividad cultural en Barranco, los vecinos estarían más interesados en consumir cultura en el distrito.

Para la dimensión inversión privada, el 43.54% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales y, el 43.55% se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el sector privado invierte en la promoción de actividades culturales, reflejando que el 46.77% de los encuestados se encuentra de acuerdo en haber asistido a actividades culturales en espacios privados.



Figura 100. ¿Ha asistido a actividades culturales en espacios privados?
(Elaboración propia)

La inversión privada realizada por la empresa privada, las ONGs y los profesionales independientes que desarrollan inversión para la realización de actividades culturales en artes visuales, escénicas y artísticas es bien recibida por la población

barranquina, la misma que se incrementaría sustancialmente si esta fuera promovida y difundida por la Municipalidad distrital de Barranco y la sociedad civil, permitiendo que los niños, adolescentes, jóvenes, adultos y adultos mayores se beneficien de la propuesta cultural distrital.

Para la dimensión patrimonio cultural inmueble el 32.26% de los encuestados se encuentra de acuerdo con el conocimiento del patrimonio por parte de los residentes de Barranco, mientras que el 35.48% se encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.



Figura 101. ¿Conoce el patrimonio cultural inmueble de Barranco?
(Elaboración propia)

Los resultados obtenidos en relación al conocimiento del patrimonio cultural son de aproximadamente 1/3 de la muestra constituida por 62 encuestas realizadas en el distrito. Esta muestra nos permite tener en cuenta que los vecinos barranquinos no se encuentran interesados en el potencial cultural de los inmuebles culturales que se ubican en Barranco. Esta situación variaría considerablemente si la Municipalidad distrital de Barranco realizara publicaciones, enviando información visual a través de los correos electrónicos, redes públicas, *Whatsapp*, MSM, entre otros para el conocimiento del patrimonio cultural, permitiendo lograr la

concientización de la existencia del invaluable patrimonio que tiene el distrito. Asimismo, las campañas de sensibilización e identidad cultural serían relevantes para potenciar la visita y el conocimiento de estos inmuebles culturales que se encuentran a la vista de todos los ciudadanos.

El 38.71% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo en que el patrimonio cultural inmueble se encuentra en buen estado de conservación, mientras que el 30.64% se encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.



Figura 102. ¿Considera que el patrimonio cultural inmueble se encuentra en buen estado de conservación? (Elaboración propia)

Un porcentaje de los encuestados indica que el patrimonio cultural se encuentra en buen estado de conservación, el mismo que corresponde al 38.71%, el 61.23% no conoce el estado de conservación del patrimonio inmueble del distrito. Al tener conocimiento de los inmuebles patrimoniales, los encuestados tendrían, igualmente, conocimiento del estado de conservación, por lo que es imperativo considerar que si los vecinos cuentan con mayores conocimientos esta situación variaría considerablemente y el Patrimonio Cultural de la Nación no se perdería por la indiferencia de los vecinos y de las autoridades municipales.

Para la dimensión infraestructura cultural el 59.68% de los encuestados están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el conocimiento de la infraestructura cultural de Barranco; asimismo el 56.45% se encuentran totalmente de acuerdo y de acuerdo con la existencia de una adecuada infraestructura cultural; igualmente el 50% están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en la existencia de suficientes espacios culturales; finalmente el 50% de los encuestados están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en cuanto a la accesibilidad de la infraestructura cultural.

La dimensión infraestructura cultural tiene una connotación particular teniendo en cuenta que el 50% de los encuestados consideran que no existen suficientes espacios culturales en el distrito, lo que se demuestra con el 59.68% que desconocen la infraestructura cultural de Barranco y el 50% considera que la infraestructura cultural del distrito carece de accesibilidad que es prioritario para que puedan acceder personas con algún tipo de discapacidad y para adultos mayores. Esta situación socio – cultural variaría si se contara con una adecuada infraestructura cultural a partir de la inversión pública y privada pensando siempre en la accesibilidad universal y que pueda ser en beneficio de los habitantes del distrito y para los visitantes regionales, nacionales e internacionales.

Para la dimensión poder adquisitivo de la variable consumo cultural el 38.71% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo y de acuerdo con que su nivel adquisitivo influye en actividades culturales como artes plásticas y visuales; mientras que en artes escénicas, la totalidad de los encuestados se encuentra ni de acuerdo ni desacuerdo con un 59.68%; en relación a los museos, centros culturales, galerías y salas de exposición, el 56.45% se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo; finalmente el 50% de los encuestados indicó que se

encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con que su nivel adquisitivo influye en visitar museos.

El poder adquisitivo de los barranquinos influye en participar en las actividades culturales principalmente en la visita a museos, centros culturales, galerías, salas de exposición, bibliotecas, artes plásticas y visuales y en muy poco porcentaje en artes escénicas. Esta situación puede variar si se realiza una adecuada oferta culturales para los vecinos del distrito. Esta situación permite precisar que los barranquinos además de consumir cultura en el distrito, su opción de consumirla se traslada a otros distritos de la capital.

Para la dimensión tiempo libre y ocio, el 50% de los encuestados se encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo para su disponibilidad para participar en actividades culturales como artes plásticas, visuales y escénicas y visitas a museos, centros culturales, galerías y salas de exposición; mientras que el 46.77% se encuentra de acuerdo para su disponibilidad para asistir a bibliotecas y; finalmente el 43.55% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo para su disponibilidad para visitar patrimonio cultural inmueble.

Los encuestados barranquinos destinan el tiempo libre y ocio, principalmente, para visitar bibliotecas con un 46.77%; en menor porcentaje visita patrimonio cultural inmueble con un 43.55%, en tercer lugar visita museos, centros culturales, galerías y salas de exposición con un 41.94%; en cuarto lugar participa en actividades culturales como artes plásticas y visuales con un 40.32%; finalmente la participación en artes escénicas es de un 4.84% considerando que este tipo de actividades culturales que se realizan en el distrito es bastante restringido. Se puede considerar que si los vecinos del distrito contaran con mayor tiempo libre

podrían asistir y/o participar en las diversas actividades culturales que se realiza en el distrito realizadas por la Municipalidad distrital de Barranco y la sociedad civil.

Para la dimensión interés, el 32.26% se encuentra de acuerdo y 32.26% ni de acuerdo ni en desacuerdo en su interés en las actividades culturales que se ofrecen en el distrito; con respecto al interés para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición, el total de encuestados se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo con un 38.71% y ni de acuerdo ni en desacuerdo el 30.65%; respecto del interés de visitar bibliotecas el 59.68 se encuentran ni de acuerdo ni en desacuerdo y; finalmente el 56.45% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo y de acuerdo con el interés mencionado en el patrimonio cultural inmueble.

El interés que muestran los vecinos de Barranco por las actividades culturales es más potente respecto del patrimonio cultural inmueble con un 56.45% a pesar que existe un porcentaje significativo de la población barranquina que no tiene conocimiento de los inmuebles patrimoniales existentes en el distrito. Esto nos demuestra que el alto porcentaje de más de la mitad de la población puede ser el inicio para que la Municipalidad distrital de Barranco se preocupe por su preservación, conservación y puesta en valor del Patrimonio Cultural de la Nación.

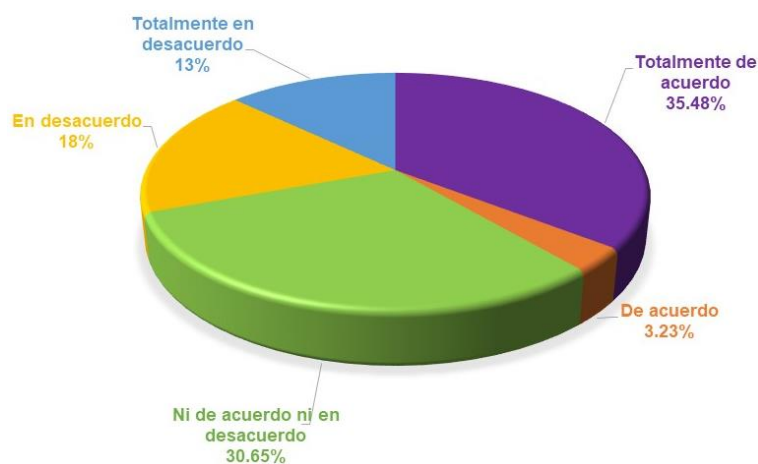


Figura 103. Es de su interés visitar museos, centros culturales, galería y salas de exposición. (Elaboración propia)

El interés por visitar museos, centros culturales, galerías, salas de exposición fluctúa en un 38.71%; mientras que el interés en las actividades culturales es del 32.26% del total de los encuestados; lamentable es observar que solo el 4.84% de la muestra tiene interés en visitar bibliotecas. Esta falta de interés se puede deber a la falta de conocimiento de los barranquinos en la oferta cultural existente en el distrito, pudiendo variar con una adecuada promoción y difusión a través de medios de comunicación masiva, información por parte de la Municipalidad distrital de Barranco a través de la página web, redes sociales, entre otros.

Para la dimensión gasto el 43.54% y 43.55% de los encuestado asegura estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en relación a su disponibilidad de gasto mensual para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales y, artes escénicas respectivamente; mientras que el 35.48% se encuentra en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en disponer de gasto mensual para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición; en relación a esta disponibilidad para visitar bibliotecas, el 38.71% se encuentra totalmente de acuerdo y de acuerdo; finalmente el 56.45% de los encuestados dispone de gasto mensual para visitar el patrimonio cultural inmueble.

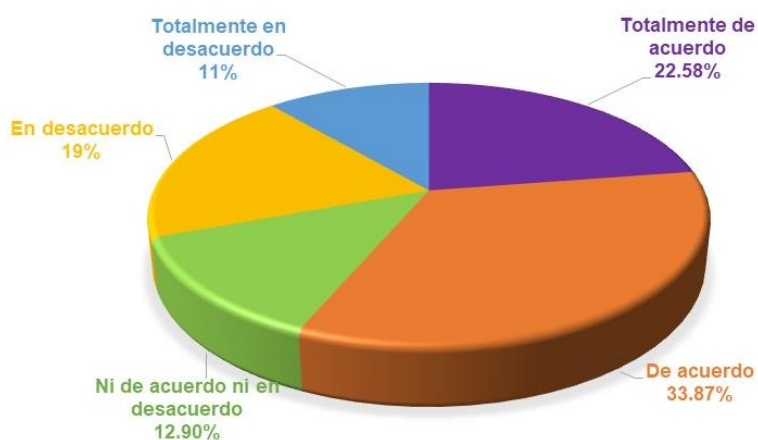


Figura 104. Dispone de un gasto mensual para visitar patrimonio cultural inmueble. (Elaboración propia)

Los barranquinos encuestados disponen de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes plásticas, visuales y escénicas, así como visitar museos, centros culturales, galerías, salas de exposición, bibliotecas y patrimonio cultural inmueble, lo que demuestra que invierten en el consumo cultural en Barranco. Esta situación podría mejorar con una propuesta de generar mayor conocimiento de la oferta cultural en el distrito.

Los resultados obtenidos nos permiten visualizar el potencial que cuenta Barranco en cuanto a la oferta cultural que es consumida en parte por los vecinos del distrito, la misma que debe de diversificarse por rangos de edad para que esta llegue a plenitud a todos los sectores del distrito. Esta debe de ir acompañada de una propuesta de promoción y difusión por parte de la Municipalidad distrital de Barranco a partir de comunicaciones impresas, redes sociales, correos electrónicos, mensajes de textos a través del MSM, *Whatsapp*, *telegram*, entre otros para el beneficio de la comunidad en general.

CONCLUSIONES

Hipótesis principal. - La oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú se basa en lo que se analizó e interpretó, donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,978^{**5}. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influye la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Hipótesis secundaria 1.- Las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú, se basa en lo que se analizó e interpretó donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,890^{**6}. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influyen las actividades culturales de la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Hipótesis secundaria 2.- La inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú, se basa en lo que se analizó e interpretó donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,880^{**7}. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influye la

⁵ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

⁶ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

⁷ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

inversión pública de la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Hipótesis secundaria 3.- La inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú, se basa en lo que se analizó e interpretó donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,942**⁸. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influye la dimensión inversión privada de la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Hipótesis secundaria 4.- El patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú, se basa en lo que se analizó e interpretó donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,911**⁹. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influye el patrimonio cultural inmueble de la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

Hipótesis secundaria 5.- La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú, se basa en lo que se analizó e interpretó donde el valor del coeficiente de correlación es de 0,922**¹⁰. Asimismo, el valor de sigma bilateral es de 0,000 y este, al ser menor a 0,05 se valida la hipótesis de estudio y se rechaza

⁸ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

⁹ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

¹⁰ ** la correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

la hipótesis nula o negativa, por tanto, se logra el objetivo determinar en qué medida influye la infraestructura cultural de la oferta cultural urbana y el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se plantean, se orientan hacia algunas alternativas que parten de los resultados obtenidos con el objetivo de brindar a los residentes de Barranco una oferta cultural adecuada y pertinente, que permita generar un impacto positivo y el conocimiento de la riqueza cultural y patrimonial, teniendo en cuenta la diversidad de bienes y servicios culturales que tiene el distrito.

1. Es preciso mejorar e incrementar las actividades culturales en todo el distrito en espacios públicos descentralizados e infraestructura cultural accesible para todos, dentro de las artes escénicas, artísticas y plásticas en todos los sectores del distrito de Barranco.
2. Las actividades culturales deben enfocarse también a la población vulnerable como aquellos pertenecientes a la población de bajos recursos económicos, niños, niñas, jóvenes en riesgo, mujeres, adultos mayores, personas con discapacidad, población LGTBI, entre otras.
3. Es necesario generar exposiciones temporales, itinerantes y al aire libre novedosas, participativas y creativas con el apoyo de la comunidad y los vecinos para beneficio de la comunidad en general en los cuatro museos privados ubicados en Barranco como son el Museo de la Electricidad, Museo de Arte Contemporáneo, Museo Pedro de Osma y Museo Mario Testino.
El Museo de la Electricidad tiene una museografía con varios años de antigüedad, pudiendo plantear propuestas diversas y actividades orientadas a los colegios e instituciones públicas y privadas de la zona; igualmente el Museo de Arte Contemporáneo al contar con espacios suficientes dentro de sus instalaciones podría realizar exposiciones al aire libre y exposiciones

temporales que se traslapen unas con otras sin tener vacíos para que los vecinos se beneficien de estas propuestas así como los turistas nacionales e internacionales.

4. Para la visita a las bibliotecas, de deben generar estrategias por parte de las entidades responsables que pueda plantear un plan del libro y la lectura acorde con los requerimientos y necesidades de los vecinos, enfocados en promover el hábito de la lectura, así como una permanente campaña de sensibilización y concientización a la población en general sobre la necesidad del conocimiento y las ventajas que trae consigo la lectura para la mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos.
5. Las visitas a las casas, casonas e iglesias antiguas deben ser más valoradas por los vecinos del distrito, a partir del conocimiento de estas por medio de información proporcionada por las instituciones públicas y/o privadas encargadas de las mismas mediante un catastro general de todos los inmuebles patrimoniales, historia y estado de conservación de estas. Otro aspecto necesario para tener en cuenta sería generar un plan de puesta en valor y nuevo uso social y/o cultural a cada uno de estos bienes culturales como por ejemplo la Ermita de Barranco, la Casa Sousa, la Casa Rossel Ríos, entre otras.
6. Los espacios públicos como los parques y las plazas, así como los espacios culturales deben ser conocidos y accesibles por los residentes de Barranco mediante los diversos medios y/o canales informativos, teniendo en cuenta que en esos lugares se realizan las diversas actividades culturales del distrito.

7. Es necesario la realización de un diagnóstico concienzudo de las actividades culturales que requiere la población barranquina por rango de edad para que puedan canalizar adecuadamente los intereses básicos de cada grupo humano y este favorezca la construcción de una mejor sociedad, considerando dentro de ellas las tradiciones y festividades populares tales como los carnavales, fiestas religiosas, saberes tradicionales, entre otros.
8. El interés que muestra la población barranquina en las actividades culturales que se realizan en el distrito no es el más adecuado, es por ello contar con un plan que contenga programas y proyectos con todas las acciones vinculadas al desarrollo de instrumentos de participación ciudadana como agentes culturales del distrito, así como las visitas a los museos, centros culturales, galerías, salas de exposición y bibliotecas y, crear acciones para la salvaguarda del patrimonio cultural material e inmaterial, así como el valor de la memoria y el patrimonio cultural de Barranco.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Antigua Laguna y Zoológico de Barranco*. (24 de octubre de 2013). Obtenido de <http://antigualagunadebarranco.blogspot.com/>
- Barranco Antigo. (11 de julio de 2009). *Imágenes de Barranco Antigo*. Recuperado el 04 de julio de 2020, de <https://www.facebook.com/110853330933/photos/a.122829795933/122831255933>
- Barranco Antigo. (11 de abril de 2010). *Barranco Antigo*. Recuperado el 04 de julio de 2020, de <https://www.facebook.com/photo?fbid=1157389913162&set=a.1157380032915>
- Barranco.Net. (s.f.). *Lugares turísticos de Barranco, Lima, Perú*. Obtenido de <http://barranco.net/turismo-ocio/funicular.html>
- Bulnes Mallea, M. G. (1984). Lima, Perú.
- Bulnes Mallea, M. G. (1996). Lima, Perú.
- Casacor Perú. (2013). El Palacete Sousa: un bello ejemplar del neoclásico. *CASACOR Perú*, 32-48.
- Consejo Internacional de Museos - ICOM. (2013). *Consejo Internacional de Museos*. Recuperado el 10 de julio de 2020, de <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/codigo-de-deontologia/>
- Consejo Internacional de Museos - ICOM. (9 de junio de 2017). Estatutos. Obtenido de https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_SP_01.pdf
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2018). *Encuesta nacional de participación cultural 2017*. Obtenido de https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2018/03/enpc_2017.pdf
- Empresa Editorial Macro EIRL. (2016). *Reglamento Nacional de Edificaciones*. Lima: Macro.
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. Obtenido de <http://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2307/files/2014/10/EL-CONSUMO-CULTURAL-PAG.26-49-Canclini.pdf>
- Guzmán Cárdenas, C. E. (2015). *Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica*. Obtenido de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/contratexto/article/view/594/580>
- Junta de Andalucía, Centro de Estudios Andaluces. (2017). *Consumo y conocimiento cultural en Andalucía*. Obtenido de <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/datos/actividades/ERSA201701.pdf>
- Mejorando la Inversión Municipal - MIM. (2012). *Inversión municipal y rendición social de cuentas*. Recuperado el 5 de julio de 2020, de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/2D7C8FA44A5CDA5505257C5500162AE8/\\$FILE/guia_lideres6-inversionpublica.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/2D7C8FA44A5CDA5505257C5500162AE8/$FILE/guia_lideres6-inversionpublica.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (2016). PENTUR 2025. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.a). *Parque Federico Villarreal*. Obtenido de http://ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=2118
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.b). *Tranvía eléctrico de Barranco*. Obtenido de http://ficha.sigmincetur.mincetur.gob.pe/index.aspx?cod_Ficha=8383
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019a). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España*. Obtenido de <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1712f192-d59b-427d-bbe0-db0f3e9f716b/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales-2018-2019.pdf>
- Ministerio de Cultura y Deporte. (2019b). *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018 - 2019. Síntesis de resultados*. Obtenido de <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:c337d6e3-797f-4765-ae70-56dcfb54e023/sintesis-de-resultados-2018-2019.pdf>
- Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología. (2017). *Los jóvenes y los consumos culturales*. Obtenido de <https://www.sinca.gob.ar/VerDocumento.aspx?IdCategoria=10>
- Municipalidad distrital de Barranco. (2016a). *Diagnóstico Cultural de Barranco. Resultados 1ra. Reunión de Consulta General*. Obtenido de <http://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Agenda%2021/Diagnostico%20Cultural%20de%20Barranco.pdf>
- Municipalidad distrital de Barranco. (s.f.). *Plano de zonas*. Obtenido de <https://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Licencias%20de%20Edificacion/Planos%20Existente%20del%20Distrito%20de%20Barranco%20en%20PDF/Plano%20de%20Zonas%20del%20Distrito%20de%20Barranco.pdf>
- Municipalidad distrital de Barranco y Organización Panamericana de la Salud. (2002). *Plan de desarrollo integral de Barranco 2002 - 2010*. Obtenido de https://imp.gob.pe/images/IMP%20-%20PLANES%20DE%20DESARROLLO%20MUNICIPAL/barranco_plan_de_desarrollo_integral.pdf
- Museo de Arte Contemporáneo. (12 de mayo de 2011). Plano de ubicación. Obtenido de <http://www.mac-lima.org.pe/popmapa.htm>
- Museo Pedro de Osma. (2018). *Museo Pedro de Osma*. Obtenido de <http://museopedrodeosma.org/la-fundacion/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2012). *UNESCO*. Recuperado el 17 de julio de 2020, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000228345>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2014). *Como medir la participación cultural. Manual del marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009 N° 2*. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226337>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. (2017). *Oficina de la Unesco en México*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/Mexico/work-areas/culture>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2017). *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>

- Organización Mundial del Turismo - OMT. (21 de diciembre de 2001). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Obtenido de <https://www.ugto.mx/images/eventos/06-07-16/codigo-etico-mundial-turismo.pdf>
- Ortega Villa, L. M. (2016). *A vuelo de pájaro por cinco lustros de estudios en consumo cultural*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/122/12249087007.pdf>
- Palacetesousa.blogspot. (29 de enero de 2014). *El Palacete Sousa*. Obtenido de <http://palacetesousa.blogspot.com/2014/01/el-palacete-sousa.html>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD. (2020). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Rivera Martínez, E. (2006). *Loa balnearios de Lima. Antología. Miraflores - Barranco - Chorrillos*. Lima: Fundación Manuel J. Bustamante De la Fuente.
- Rodrigo Fernández, J. E. (1994). *Barranco eterno 1874 - 1994*. Lima.
- Rodríguez, F. (5 de enero de 2017). *Malecón de los ingleses en Barranco*. Obtenido de <https://fatimarodriguez.blogspot.com/2017/05/malecon-de-los-ingleses-en-barranco.html>
- Tamayo San Román, A. (2014). *Barranco. Historia, cultura y sentimiento de un distrito*. Lima: Argos Productos Editoriales.
- Tord Romero, L. E. (2015). *Barranco. Historia, leyenda y tradición*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Universidad de San Martín de Porres. (2013a). *Barranco. Historia y arquitectura*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Universidad de San Martín de Porres. (2013b). *Barranco. Historia y arquitectura*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Wikipedia. (15 de junio de 2020). *Distrito de Barranco*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Barranco
- World Tourism Organization - UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

ANEXOS

ANEXO N° 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	HI: La oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú HN: La oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<u>Independiente</u> (X) = Oferta cultural urbana <u>Dependiente</u> (Y) = Consumo cultural			TIPO Cuantitativo DISEÑO No experimental Transeccional o Transversal Correlacional causal Determinista Población: Residentes del Distrito de Barranco en Lima, Perú
SISTEMATIZACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS				
1. ¿En qué medida las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	1. Determinar en qué medida las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	HI: Las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú HN: Las actividades culturales como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito	<u>Independiente</u> (X) = Oferta cultural urbana	X1= Actividades culturales	X11= Información de las actividades culturales X12= N° de participación en actividades culturales como artes plásticas y visuales X13= N° de participación en actividades culturales como artes escénicas X14= N° de visitas a espacios culturales (museos, centros culturales, galerías y salas de exposición) X15= N° de visitas a bibliotecas	Muestra: 62 Niveles o rangos: Totalmente de acuerdo De acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo En desacuerdo Totalmente en desacuerdo Bajo Medio

		de Barranco en Lima, Perú			X16= N° de visitas al patrimonio cultural inmueble (casas, casonas e iglesias históricas) de Barranco	Alto
2. ¿En qué medida la inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	2. Determinar en qué medida la inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La inversión pública como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		X2= Inversión pública	X21= N° de espacios públicos disponibles X22= N° de espacios culturales disponibles X23= Nivel de inversión pública en espacios públicos y culturales	
3. ¿En qué medida la inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	3. Determinar en qué medida la inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La inversión privada como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		X3= Inversión privada	X31= Nivel de inversión privada en espacios culturales X32= N° de actividades culturales en espacios privados X33= Nivel de inversión en promoción y difusión de actividades culturales	

		cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú			
4. ¿En qué medida el patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	4. Determinar en qué medida el patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: El patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: El patrimonio cultural inmueble como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		X4= Patrimonio cultural inmueble	X41= Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco X43= Nivel de conservación del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco
5. ¿En qué medida la infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	5. Determinar en qué medida la infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana influye en el consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La infraestructura cultural como dimensión de la oferta cultural urbana no influye en el consumo</p>		X5= Infraestructura cultural	X51 = Nivel de conocimiento de la infraestructura cultural en el distrito X52 = N° de infraestructura cultural X53= N° de espacios culturales (museos, centros culturales, galerías, salas de exposiciones y bibliotecas) X54 = Nivel de accesibilidad

		cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú			
6. ¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el poder adquisitivo del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	6. Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el poder adquisitivo del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La oferta cultural urbana influye en el poder adquisitivo del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La oferta cultural urbana no influye en el poder adquisitivo del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>	Dependiente (Y)= Consumo Cultural	Y1= Poder adquisitivo	<p>Y11= Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales</p> <p>Y12= Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes escénicas</p> <p>Y13= Nivel adquisitivo para participar en museos, centros culturales, galerías y salas de exposición</p> <p>Y14= Nivel adquisitivo para visitar bibliotecas</p>
7. ¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el tiempo libre y ocio del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	7. Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el tiempo libre y ocio del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La oferta cultural urbana influye en el tiempo libre y ocio del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La oferta cultural urbana no influye en el tiempo libre y ocio del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		Y2= Tiempo libre y ocio	<p>Y21= N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes plásticas y visuales</p> <p>Y22= N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes escénicas</p> <p>Y23= N° de horas disponibles mensuales para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición</p> <p>Y24= N° de horas disponibles mensuales para visitar bibliotecas</p> <p>Y25= N° de horas disponibles mensuales</p>

					para visitar Patrimonio Cultural Inmueble
8. ¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el interés del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	8. Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el interés del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La oferta cultural urbana influye en el interés del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La oferta cultural urbana no influye en el interés del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		Y3= Interés	<p>Y31= Grado de interés por las actividades culturales</p> <p>Y32= Grado de interés por los museos, centros culturales, galerías y salas de exposición</p> <p>Y33= Grado de interés por las bibliotecas</p> <p>Y34= Grado de interés por el patrimonio cultural inmueble</p>
9. ¿En qué medida la oferta cultural urbana influye en el gasto del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú?	9. Determinar en qué medida la oferta cultural urbana influye en el gasto del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú	<p>HI: La oferta cultural urbana influye en el gasto del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p> <p>HN: La oferta cultural urbana no influye en el gasto del consumo cultural de los residentes del distrito de Barranco en Lima, Perú</p>		Y4= Gasto	<p>Y41= Gasto mensual en actividades culturales como artes plásticas y visuales</p> <p>Y42= Gasto mensual en actividades culturales como artes escénicas</p> <p>Y43= Gasto mensual en visitas a museos, centros culturales, galerías y salas de exposición</p> <p>Y44= Gasto mensual en visitas a bibliotecas</p> <p>Y45= Gasto mensual en visitas a Patrimonio Cultural Inmueble</p>

ANEXO N° 2

ENCUESTA

LA OFERTA CULTURAL URBANA Y EL CONSUMO CULTURAL. EL CASO DEL DISTRITO DE BARRANCO EN LIMA – PERÚ

El objetivo de la presente encuesta es conocer la oferta cultural urbana y el consumo cultural que realizan los vecinos de Barranco en su distrito de manera presencial.

Sexo:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 80%;">Mujer</td><td style="width: 20%;"></td></tr> <tr><td>Hombre</td><td></td></tr> </table>	Mujer		Hombre		Nivel educativo:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 80%;">Primaria</td><td style="width: 20%;"></td></tr> <tr><td>Secundaria</td><td></td></tr> <tr><td>Técnico</td><td></td></tr> <tr><td>Bachiller</td><td></td></tr> <tr><td>Universitario</td><td></td></tr> <tr><td>Licenciado</td><td></td></tr> <tr><td>Maestro</td><td></td></tr> <tr><td>Doctor</td><td></td></tr> </table>	Primaria		Secundaria		Técnico		Bachiller		Universitario		Licenciado		Maestro		Doctor	
Mujer																							
Hombre																							
Primaria																							
Secundaria																							
Técnico																							
Bachiller																							
Universitario																							
Licenciado																							
Maestro																							
Doctor																							
Rango de edad:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 80%;">18 a 24 años</td><td style="width: 20%;"></td></tr> <tr><td>25 – 34 años</td><td></td></tr> <tr><td>35 - 44 años</td><td></td></tr> <tr><td>45 – 54 años</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 54 años</td><td></td></tr> </table>	18 a 24 años		25 – 34 años		35 - 44 años		45 – 54 años		Más de 54 años													
18 a 24 años																							
25 – 34 años																							
35 - 44 años																							
45 – 54 años																							
Más de 54 años																							

Variable 1	Oferta cultural urbana
-------------------	-------------------------------

Marque con una x la respuesta que considere pertinente.

(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente en desacuerdo
---------------------------------	----------------------	---------------------------------------	-------------------	---------------------------------

N°	DIMENSIONES / ítems	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	D1: Actividades culturales					
1	Ha recibido información de las actividades culturales que se realizan en el distrito de Barranco por algún medio físico o virtual					
2	Ha participado en actividades culturales como artes plásticas y visuales					
3	Ha participado en actividades culturales como artes escénicas					
4	Ha visitado espacios culturales como museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					
5	Ha visitado bibliotecas					
6	Ha visitado patrimonio cultural inmueble como casas, casonas e iglesias históricas de Barranco					
	D2: Inversión pública	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Conoce los espacios públicos (parques y plazas).					
8	Conoce los espacios culturales					
9	¿Considera que la Municipalidad de Barranco invierte en mantenimiento y construcción de					

	espacios públicos (parques y plazas) y culturales?					
	D3: Inversión privada	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	¿Considera que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales?					
11	¿Ha asistido a actividades culturales en espacios privados?					
12	¿Considera que el sector privado invierte en la promoción y difusión de actividades culturales?					
	D4: Patrimonio cultural inmueble	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	¿Conoce el patrimonio cultural inmueble de Barranco?					
14	¿Considera que el Patrimonio Cultural Inmueble se encuentra en buen estado de conservación?					
	D5: Infraestructura cultural	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	¿Conoce la infraestructura cultural en Barranco?					
16	¿Considera usted que existe una adecuada infraestructura cultural?					
17	¿Considera usted que existen suficientes espacios culturales?					
18	¿Considera usted que la infraestructura cultural es accesible en Barranco?					

Variable 2	Consumo cultural
-------------------	-------------------------

Marque con una x la respuesta que considere pertinente.

(1) Totalmente en desacuerdo	(2) En desacuerdo	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(4) De acuerdo	(5) Totalmente de acuerdo
---------------------------------	----------------------	---------------------------------------	-------------------	------------------------------

N°	DIMENSIONES / ítems	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	D1: Poder adquisitivo					
19	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales					
20	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes escénicas					
21	Su nivel adquisitivo influye en visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					
22	Su nivel adquisitivo influye en visitar bibliotecas					
	D2: Tiempo libre y ocio	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales					

24	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes escénicas					
25	Dispone de tiempo para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					
26	Dispone de tiempo para visitar bibliotecas					
27	Dispone de tiempo para visitar patrimonio cultural inmueble					
	D2: Interés	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Es de su interés las actividades culturales que ofrecen en el distrito					
29	Es de su interés visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					
30	Es de su interés visitar bibliotecas					
31	Es de su interés el patrimonio cultural inmueble					
	D3: Gasto	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales					
33	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes escénicas					
34	Dispone de un gasto mensual para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					
35	Dispone de un gasto mensual para visitar bibliotecas					
36	Dispone de un gasto mensual para visitar patrimonio cultural inmueble					

ANEXO N° 3

FICHA DE VALIDACIÓN CON OPINIÓN DE EXPERTOS

Variable 1	Oferta cultural urbana
-------------------	-------------------------------

INDICADOR	PREGUNTA	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	OBSERVACIONES
D1: Actividades culturales							
Información de las actividades culturales	Ha recibido información de las actividades culturales que se realizan en el distrito de Barranco por algún medio físico o virtual				X		
N° de participación en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Ha participado en actividades culturales como artes plásticas y visuales				X		
N° de participación en actividades culturales como artes escénicas	Ha participado en actividades culturales como artes escénicas				X		
N° de visitas a espacios culturales (museos, centros culturales, galerías y salas de exposición)	Ha visitado espacios culturales como museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
N° de visitas a bibliotecas	Ha visitado bibliotecas				X		
N° de visitas al patrimonio cultural inmueble (casas, casonas e iglesias históricas) de Barranco	Ha visitado patrimonio cultural inmueble como casas, casonas e iglesias históricas de Barranco				X		
D2: Inversión pública							
N° de espacios públicos disponibles	Conoce los espacios públicos (parques y plazas).				X		
N° de espacios culturales disponibles	Conoce los espacios culturales			X			Indicar entre paréntesis a qué se refieren los espacios

							culturales
Nivel de inversión pública en espacios públicos y culturales	¿Considera que la Municipalidad de Barranco invierte en mantenimiento y construcción de espacios públicos (parques y plazas) y culturales?				X		
D3: Inversión privada							
Nivel de inversión privada en espacios culturales	¿Considera que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales?				X		
Nº de actividades culturales en espacios privados	¿Ha asistido a actividades culturales en espacios privados?				X		
Nivel de inversión en promoción y difusión de actividades culturales	¿Considera que el sector privado invierte en la promoción y difusión de actividades culturales?				X		
D4: Patrimonio cultural inmueble							
Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco	¿Conoce el patrimonio cultural inmueble de Barranco?				X		
Nivel de conservación del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco	¿Considera que el Patrimonio Cultural Inmueble se encuentra en buen estado de conservación?				X		
D5: Infraestructura cultural							
Nivel de conocimiento de la infraestructura cultural en el distrito	¿Conoce la infraestructura cultural en Barranco?				X		
Nº de infraestructura cultural	¿Considera usted que existe una adecuada infraestructura cultural?				X		
Nº de espacios culturales (museos, centros culturales, galerías, salas de exposiciones y bibliotecas)	¿Considera usted que existen suficientes espacios culturales?				X		
Nivel de accesibilidad	¿Considera usted que la infraestructura cultural es accesible en Barranco?				X		

Variable 2	Consumo cultural
-------------------	-------------------------

INDICADOR	PREGUNTA	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	OBSERVACIONES
D1: Poder adquisitivo							
Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales				X		
Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes escénicas	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes escénicas				X		
Nivel adquisitivo para participar en museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Su nivel adquisitivo influye en visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
Nivel adquisitivo para visitar bibliotecas	Su nivel adquisitivo influye en visitar bibliotecas				X		
D2: Tiempo libre y ocio							
N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes plásticas y visuales	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales				X		
N° de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes escénicas	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes escénicas				X		
N° de horas disponibles mensuales para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Dispone de tiempo para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		

N° de horas disponibles mensuales para visitar bibliotecas	Dispone de tiempo para visitar bibliotecas				X		
N° de horas disponibles mensuales para visitar Patrimonio Cultural Inmueble	Dispone de tiempo para visitar patrimonio cultural inmueble				X		
D2: Interés							
Grado de interés por las actividades culturales	Es de su interés las actividades culturales que ofrecen en el distrito				X		
Grado de interés por los museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Es de su interés visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
Grado de interés por las bibliotecas	Es de su interés visitar bibliotecas				X		
Grado de interés por el patrimonio cultural inmueble	Es de su interés el patrimonio cultural inmueble				X		
D3: Gasto							
Gasto mensual en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales				X		
Gasto mensual en actividades culturales como artes escénicas	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes escénicas				X		
Gasto mensual en visitas a museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Dispone de un gasto mensual para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
Gasto mensual en visitas a bibliotecas	Dispone de un gasto mensual para visitar bibliotecas				X		
Gasto mensual en visitas a Patrimonio Cultural Inmueble	Dispone de un gasto mensual para visitar patrimonio cultural inmueble				X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): **Sí hay suficiencia en el instrumento. Se recomienda precisar la pregunta referida a espacios culturales.**

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del experto validador. Dr/ Mg: **Mg Ríos Figueroa, María Esther**

DNI: 25663462

Especialidad del validador: **Restauración de Monumentos en Arquitectura y Urbanismo**

16 de Setiembre del 2020



Firma del Experto

Variable 1	Oferta cultural urbana
-------------------	-------------------------------

INDICADOR	PREGUNTA	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	OBSERVACIONES
D1: Actividades culturales							
Información de las actividades culturales	Ha recibido información de las actividades culturales que se realizan en el distrito de Barranco por algún medio físico o virtual					X	
Nº de participación en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Ha participado en actividades culturales como artes plásticas y visuales					X	
Nº de participación en actividades culturales como artes escénicas	Ha participado en actividades culturales como artes escénicas					X	
Nº de visitas a espacios culturales (museos, centros culturales, galerías y salas de exposición)	Ha visitado espacios culturales como museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					X	
Nº de visitas a bibliotecas	Ha visitado bibliotecas					X	
Nº de visitas al patrimonio cultural inmueble (casas, casonas e iglesias históricas) de Barranco	Ha visitado patrimonio cultural inmueble como casas, casonas e iglesias históricas de Barranco				X		
D2: Inversión pública							
Nº de espacios públicos disponibles	Conoce los espacios públicos (parques y plazas).			X			
Nº de espacios culturales disponibles	Conoce los espacios culturales				X		
Nivel de inversión pública en espacios públicos y culturales	¿Considera que la Municipalidad de Barranco invierte en mantenimiento y construcción de espacios públicos (parques y					X	

	plazas) y culturales?						
D3: Inversión privada							
Nivel de inversión privada en espacios culturales	¿Considera que el sector privado invierte en mantenimiento y construcción de espacios culturales?					X	
Nº de actividades culturales en espacios privados	¿Ha asistido a actividades culturales en espacios privados?					X	
Nivel de inversión en promoción y difusión de actividades culturales	¿Considera que el sector privado invierte en la promoción y difusión de actividades culturales?			X			
D4: Patrimonio cultural inmueble							
Nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco	¿Conoce el patrimonio cultural inmueble de Barranco?				X		
Nivel de conservación del Patrimonio Cultural Inmueble de Barranco	¿Considera que el Patrimonio Cultural Inmueble se encuentra en buen estado de conservación?					X	
D5: Infraestructura cultural							
Nivel de conocimiento de la infraestructura cultural en el distrito	¿Conoce la infraestructura cultural en Barranco?					X	
Nº de infraestructura cultural	¿Considera usted que existe una adecuada infraestructura cultural?					X	
Nº de espacios culturales (museos, centros culturales, galerías, salas de exposiciones y bibliotecas)	¿Considera usted que existen suficientes espacios culturales?					X	
Nivel de accesibilidad	¿Considera usted que la infraestructura cultural es accesible en Barranco?					X	

Variable 2	Consumo cultural
-------------------	-------------------------

INDICADOR	PREGUNTA	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente	OBSERVACIONES
D1: Poder adquisitivo							
Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales					X	
Nivel adquisitivo para participar en actividades culturales como artes escénicas	Su nivel adquisitivo influye en participar en actividades culturales como artes escénicas					X	
Nivel adquisitivo para participar en museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Su nivel adquisitivo influye en visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					X	
Nivel adquisitivo para visitar bibliotecas	Su nivel adquisitivo influye en visitar bibliotecas				X		
D2: Tiempo libre y ocio							
Nº de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes plásticas y visuales	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales				X		
Nº de horas disponibles mensuales para actividades culturales como artes escénicas	Dispone de tiempo para participar en actividades culturales como artes escénicas					X	
Nº de horas disponibles mensuales para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Dispone de tiempo para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición					X	
Nº de horas disponibles	Dispone de tiempo para visitar				X		

mensuales para visitar bibliotecas	bibliotecas						
N° de horas disponibles mensuales para visitar Patrimonio Cultural Inmueble	Dispone de tiempo para visitar patrimonio cultural inmueble				X		
D2: Interés							
Grado de interés por las actividades culturales	Es de su interés las actividades culturales que ofrecen en el distrito					X	
Grado de interés por los museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Es de su interés visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
Grado de interés por las bibliotecas	Es de su interés visitar bibliotecas				X		
Grado de interés por el patrimonio cultural inmueble	Es de su interés el patrimonio cultural inmueble				X		
D3: Gasto							
Gasto mensual en actividades culturales como artes plásticas y visuales	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes plásticas y visuales					X	
Gasto mensual en actividades culturales como artes escénicas	Dispone de un gasto mensual para participar en actividades culturales como artes escénicas					X	
Gasto mensual en visitas a museos, centros culturales, galerías y salas de exposición	Dispone de un gasto mensual para visitar museos, centros culturales, galerías y salas de exposición				X		
Gasto mensual en visitas a bibliotecas	Dispone de un gasto mensual para visitar bibliotecas				X		
Gasto mensual en visitas a Patrimonio Cultural Inmueble	Dispone de un gasto mensual para visitar patrimonio cultural inmueble				X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

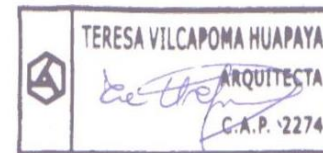
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del experto validador: Dr./ Mg: **MG. TERESA ELIZABETH VILCAPOMA HUAPAYA**

DNI: 07013613

Especialidad del validador: **CONSERVACIÓN Y RESTAURACIÓN DE PATRIMONIO EDIFICADO**

28 de Setiembre del 2020



Firma del Experto

