



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

**LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ DURANTE EL  
PERÍODO 2005-2015: ESTUDIO, ANÁLISIS Y PROPUESTA**

PRESENTADA POR  
**JUAN CARLOS PAREDES IZQUIERDO**

ASESOR  
**FERNANDO ARMAS ASIN**

TESIS  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN TURISMO

LIMA – PERÚ

2018



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada**  
**CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



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

**LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ DURANTE EL PERÍODO  
2005-2015: ESTUDIO, ANÁLISIS Y PROPUESTA**

PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN TURISMO

PRESENTADO POR:  
JUAN CARLOS PAREDES IZQUIERDO

ASESOR:  
DR. FERNANDO ARMAS ASIN

LIMA, PERÚ

2018

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	25
1.1 Antecedentes	25
1.2 La “industria cultural”	28
1.3 De la “industria cultural” a las “industrias culturales”	30
1.4 Industrias culturales, industrias creativas, industrias protegidas por derechos de autor e industrias de contenidos	35
1.5 El debate sobre la “cultura”	45

1.6 Esfuerzos de integración intrarregional cultural en América Latina	54
1.7 Definición de términos básicos	55
<b>CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>61</b>
2.1 Introducción	61
2.2 La medición de la cultura. El enfoque pragmático del Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO	65
2.3 América Latina. El Proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello	68
2.4 El Marco Conceptual y Enfoque Metodológico del Proyecto del CAB	73
2.5 Diseño metodológico y procedimiento de muestreo	82
2.6 Aspectos éticos	83
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	<b>85</b>
3.1 Nota adicional sobre las industrias culturales	85
3.2 Contexto internacional	90
3.3 Contexto nacional	101

3.4 Industria editorial	107
3.4.1 Evolución cuantitativa	107
3.4.2 Evolución cualitativa	113
3.4.3 Conclusión	117
3.5 Radio	118
3.5.1 Evolución cuantitativa	118
3.5.2 Evolución cualitativa	122
3.5.3 Conclusión	124
3.6 Cinematografía	125
3.6.1 Evolución cuantitativa	125
3.6.2 Evolución cualitativa	131
3.6.3 Conclusión	134
CAPÍTULO IV. PROPUESTA PARA EL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ	135
4.1 Investigación, marco conceptual, información	135
4.2 Profesionalización	138
4.3 Contenidos	140
4.4 Marco normativo	141
4.5 Promoción de la inversión	142
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	145

Conclusiones	145
Recomendaciones	148
FUENTES DE INFORMACIÓN	151
ANEXOS	170

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

Tabla 1		
Denominaciones empleadas y sus principales elementos		37
Tabla 2		
Instituciones, denominaciones y actividades que integran las Industrias culturales		39
Tabla 3		
Objetivos del proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello		70
Tabla 4		
Ingresos y empleos de las industrias culturales y creativas por subsectores en el mundo 2013		94
Tabla 5		
Perú: Inversiones publicitarias en radio 2006 – 2010		122

### FIGURAS

Figura 1		
Principales rubros de exportación a nivel mundial año 2012		93
Figura 2		
América Latina y el Caribe: Ingresos de las industrias culturales y creativas por subsectores año 2013		98



Figura 3	
América Latina y el Caribe: Puestos de trabajo de las industrias culturales y creativas por subsectores año 2013	99
Figura 4	
Perú: P.B.I. 2003-2015	103
Figura 5	
Perú: Renta Per Cápita 2003-2015	104
Figura 6	
Perú: Producción editorial nacional 1999-2008	109
Figura 7	
Perú: Exportación de libros 1999-2013	110
Figura 8	
Perú: Importación de libros 1999-2013	111
Figura 9	
Perú: Número de títulos publicados 2003-2013	112
Figura 10	
Perú: Autorizaciones de radiodifusión 2005-2015	119
Figura 11	
Perú: Número de pantallas de cine 2009-2013	127
Figura 12	
Perú: Número de asistentes a salas de cine 1999-2003	128
Figura 13	
Perú: Número de asistentes a salas de cine 2009-2013	129
Figura 14	
Perú: Ingresos por taquilla 1999-2003	130
Figura 15	
Perú: Ingresos por taquilla 2009-2013	130

## RESUMEN

La presente tesis aborda el tema de las industrias culturales con énfasis en dos aspectos fundamentales: un recuento crítico desde una perspectiva latinoamericana y andina del concepto de “industrias culturales” y por ende del concepto de “cultura”, y un análisis de la evolución de este sector (particularmente de tres de sus subsectores) en el contexto particular de crecimiento económico vivido en el Perú entre los años 2005 y 2015. El trabajo pretende dar luces sobre la existencia de una relación bidireccional existente entre ambos campos (economía y cultura) y abrir espacios para futuras reflexiones y estudios destinados a ahondar y precisar el tema a la luz de realidades sociales, culturales e históricas concretas como la peruana, caracterizada por su multiculturalidad y diversidad.

Palabras clave: cultura, industrias culturales, industrias creativas, industrias de contenidos, industrias protegidas por derechos de autor, producción cultural, industria editorial, radio, cine, cinematografía, empresarialización.

## **ABSTRACT**

This thesis deals with the subject of cultural industries, emphasizing on two fundamental aspects: a critical recount from a Latin American and Andean perspective of the concept of "cultural industries" and therefore of the concept of "culture", and an analysis of the evolution of this sector (particularly of three of its subsectors) in the particular context of economic growth experienced in Peru between 2005 and 2015. The work aims to shed light on the existence of a bidirectional relationship between both fields (economy and culture) and open spaces for future reflections and studies designed to deepen and specify the subject in light of concrete social, cultural and historical realities such as those found in Peru, characterized by its multiculturalism and diversity.

Keywords: culture, cultural industries, creative industries, content industries, copyright industries, cultural production, publishing industry, radio, film, cinematography, entrepreneurship.

## INTRODUCCIÓN

En el año 2004, la Universidad de San Martín de Porres, a través del Instituto de Investigación de la Escuela de Turismo y Hotelería, llevó a cabo un estudio sobre las industrias culturales en el Perú. Los resultados de este estudio realizado bajo el auspicio del Convenio Andrés Bello, que venía promoviendo estos trabajos de investigación entre algunos países de la región (Colombia, Chile, Venezuela), se publicaron con el título de *El impacto económico de la cultura en Perú* (Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, 2004), que incluyó nueve sub sectores del quehacer cultural, que caen dentro de la categoría denominada “industrias culturales”, “industrias creativas” o “industrias protegidas por los derechos de autor”.

De manera preliminar, podemos adelantar que se considera industrias culturales a aquellas actividades de producción de bienes culturales cuyo principal valor se encuentra en la creación, que por lo tanto suelen estar protegidas por los derechos de autor y cuyos productos pueden ser distribuidos de manera masiva.

Si bien el estudio de las relaciones y los vínculos entre la economía y la cultura vienen desarrollándose desde hace algunas décadas, es relativamente reciente el interés por registrar estas variables de manera metódica, a fin de determinar por ejemplo el aporte de la cultura al PBI de un país, o el efecto de la economía en la cultura, temas que se consideran dentro de lo que Buitrago y Duque (2013) denominan la “economía naranja”. El problema es particularmente interesante ya que no se trata solo de la producción de bienes con valor comercial o material, sino de bienes con valor simbólico.

Han transcurrido más de diez años desde la publicación del mencionado informe y la realidad peruana ha variado drásticamente movida principalmente por un notable crecimiento económico. Tal como refiere el Plan Nacional de Diversificación Productiva, “entre los años 2004 y 2013, el Perú registró la menor tasa de inflación promedio (2.9%), y tuvo la mayor reducción de la pobreza monetaria de la región (casi 35 puntos porcentuales). También mostró una de las mayores tasas de crecimiento promedio (6.6%), mientras que en 2013 tuvo uno de los menores ratios de endeudamiento público (19.6% del PBI), así como uno de los más altos ratios de reservas internacionales (32.5% del PBI)” (Ministerio de la Producción, 2012, p. 13). En cuanto al PBI, el Observatorio Turístico del Perú señala que entre los años 2004 y 2014, el PBI real del Perú experimentó un incremento de más del 81%.

Este panorama es el resultado de una serie de factores internos y externos de diversa índole que han afectado el paisaje productivo, social, cultural y de consumo, entre otros. Puesto que desde el año 2004 no se ha vuelto a realizar un estudio sobre

las industrias culturales en el Perú (salvo por algunos informes aislados correspondientes a uno u otro sector específico), no se conoce el estado actual de las industrias culturales, cómo ha sido su evolución a lo largo de estos diez años, ni de qué manera ésta se ha visto afectada por el nuevo contexto económico.

El presente estudio pretende precisamente cubrir este vacío mediante el registro, análisis e interpretación de la información relacionada con la producción y el consumo de la cultura en el Perú, así como sobre el desarrollo de estrategias empresariales, a través del estudio de lo sucedido en el período 2005 – 2015 en tres sectores específicos de las industrias culturales. El límite establecido (año 2015) obedece al hecho de que para entonces se venía verificando una ralentización del crecimiento económico del país, siendo aún muy temprano para poder determinar los efectos que dicha circunstancia podría generar.

La presente investigación tiene como antecedente principal el estudio titulado *El impacto económico de la cultura en Perú*, publicado en el año 2005 por el Convenio Andrés Bello y elaborado el año anterior por el Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, el cual incluía los siguientes 10 sectores: industria editorial, artes escénicas, radio, fonografía, cine, publicaciones periódicas, televisión, artesanía, museos y museografía, y publicidad. El informe desarrolla una introducción al tema de la cultura y de las industrias culturales en general, así como una reseña de la evolución de cada uno de los sectores que incluye su marco legal específico. Sin embargo, su aporte más relevante es la recolección, integración y análisis de la información relacionada con la

producción y el consumo de cada sector, con el fin de determinar su situación y su aporte al PBI.

Dos estudios previos de características similares encargados también por el Convenio Andrés Bello, son *Economía y Cultura. Una aproximación al impacto económico de las industrias culturales en Colombia*, elaborado por el Ministerio de Cultura de Colombia y publicado en el año 2003; e *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades culturales en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles*, elaborado por el Ministerio de Educación de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, y publicado también en el año 2003.

El primer documento, que sin duda sirvió de guía para el estudio realizado años después en el Perú, incluyó los sectores editorial, cine, televisión, video, fonografía, prensa escrita, revistas, radio, publicidad y artesanía, empezando el análisis por su aporte al PBI del país. Como puede apreciarse, a diferencia del estudio realizado en Perú, el trabajo realizado por el Ministerio de Cultura de Colombia trató por separado las publicaciones periódicas (prensa escrita y revistas), incluyó un sector (video) y no incluyó dos sectores (artes escénicas y museos). Contrariamente a lo que podría parecer, la inclusión o no de un sector u otro es relevante porque no responde exclusivamente a criterios de alcance o límites de la investigación, sino a cuestiones de fondo sobre la naturaleza de las industrias culturales y por lo tanto sobre los sectores que éstas abarcan. De igual manera, al dedicarle puntos breves pero específicos a la piratería y la micro, pequeña y mediana empresa cultural, este informe los resalta dentro de su análisis como temas de especial interés en su análisis.

El segundo documento, también orientado a determinar el aporte de estos sectores al PBI, no se refiere al conjunto de los mismos como industrias culturales, sino que opta por una categoría operativa a la que denomina Actividades Económicas Características de la Cultura (AECC), que se basa en el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) y que explica a través de la imagen de anillos superpuestos en cuyo centro se encuentran las artes creativas (nucleares o clásicas), y a partir del cual se van ampliando a sucesivos anillos en los que se introducen otros elementos cada vez menos vinculados a la creación en sí y que podrían llegar a incluir hasta la actividad turística, en tanto que algunos segmentos de ésta tienen una base cultural.

Regresando a los alcances de este estudio, cuando no se refiere a las AECC en general, toca los sectores editorial, audiovisual, radial, publicitario y de espectáculos públicos culturales.

Finalmente, y de fecha más reciente, es el informe titulado *Contribución Económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú*, elaborado por un equipo de investigadores de la Pontificia Universidad Católica del Perú, por encargo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI, y publicado en el año 2009. Aunque la nomenclatura que se utiliza en el título es la de “industrias basadas en derechos de autor” - IBDA, también se emplean de manera indiferenciada los términos “industrias culturales de información y de producción de contenidos”, o “industrias creativas y de creación de contenidos”. En



este caso es importante resaltar la diferencia entre estas denominaciones ya que cada una hace énfasis en diferentes aspectos. En ese sentido, la denominación empleada por INDECOPI (industrias basadas en derechos de autor), tiene una connotación claramente jurídica que obedece a la función protectora de determinados derechos de esta entidad pública.

A diferencia de los tres estudios mencionados anteriormente, éste es de orden estrictamente cuantitativo y económico, y se basa en la metodología formulada por la OMPI a través de su *Guía para determinar la contribución económica de las industrias relacionadas con el derecho de autor*, publicada en el año 2003.

Por último, es necesario señalar que el enfoque de estos estudios, y en general de la mayoría de estudios sobre el tema, se refiere al impacto de la cultura o de algunos de sus sectores en la economía. Por el contrario, la investigación que plantea esta tesis va en sentido opuesto e intenta establecer el impacto que la economía puede tener en la cultura.

## Formulación del problema

Como se ha mencionado líneas arriba, en el Perú, el período comprendido entre los años 2005 – 2015 ha sido una etapa de un acelerado crecimiento económico que ha tenido consecuencias en muchos ámbitos. Tratándose del campo de las industrias culturales, no existe un estudio que analice la evolución del sector durante este período, por lo cual tampoco es posible saber si el crecimiento económico ha ido

acompañado o no por un desarrollo de las industrias culturales. Si bien existe información dispersa sobre la producción e importación bibliográfica, la producción y exhibición cinematográfica, o el otorgamiento de licencias para la operación de emisoras radiales, solo reuniéndola, analizándola e interpretándola será posible lograr tener un panorama más completo e integrado del comportamiento de este campo a través de algunos de sus sub sectores, tanto en términos de aumento o disminución de sus cifras, como en los cambios producidos en los modelos de gestión empresarial y en las estrategias empresariales de estas actividades. Estos cambios estructurales no siempre se toman en cuenta en los análisis del sector, pero su registro y análisis es fundamental pues si bien se producen como respuesta a nuevos contextos, a su vez son generadores de nuevos comportamientos y nuevos contextos.

De igual manera, cabe preguntarse si a lo largo de estos años en los que las industrias culturales se han venido consolidado en la región (no solo como actividades generadoras de contenidos y de ingresos, sino también como objeto de estudio definido o en proceso de definición) los marcos conceptual y metodológico desde los que se observan y analizan estas actividades, han variado o siguen siendo los mismos que formularon los teóricos desde mediados del S.XX o los autores de los estudios encargados por el Convenio Andrés Bello entre finales del S. XX y principios del presente S.XXI. Esto último viene especialmente al caso en momentos en que las ciencias en general y las ciencias sociales en particular, vienen mirándose de manera reflexiva y crítica a partir del surgimiento y desarrollo de nociones tales como eurocentrismo, descolonialidad o epistemologías del Sur, entre otros.

Considerando este marco contextual, resulta pertinente el planteamiento de los siguientes problemas:

**PROBLEMA PRINCIPAL:**

¿Cuál es la situación de las industrias culturales en el Perú, particularmente de los subsectores de la industria editorial, el cine y la radio, y de qué manera pueden desarrollarse considerando las características particulares del país?

**PROBLEMAS ESPECÍFICOS:**

1. ¿Cómo ha sido la evolución de las industrias culturales en el Perú en términos cuantitativos y cualitativos durante el período 2005 – 2015?
2. ¿De qué manera se adecua el concepto de “industrias culturales” a la realidad de la actividad cultural en el Perú?
3. ¿Qué tipo de propuesta que considere las características pluriculturales y diversas de la realidad peruana puede formularse para contribuir al desarrollo de las industrias culturales y de la sociedad en el Perú?

**Objetivos de la investigación**

Planteados tales problemas, cabe formular los siguientes objetivos de investigación para la presente tesis.

## OBJETIVO PRINCIPAL:

Identificar, analizar e interpretar las características de la evolución de las industrias culturales, particularmente de la industria editorial, el cine y la radio, en el Perú en el período 2005-2015, marcado por un contexto de crecimiento económico, y formular una propuesta para su desarrollo futuro.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Describir, analizar e interpretar la evolución en términos cuantitativos y cualitativos de tres subsectores de las industrias culturales en el Perú durante el período 2005 –2015.
2. Analizar el concepto de “industrias culturales” a la luz de los marcos conceptuales de las entidades rectoras del quehacer cultural a escala global y regional, y determinar su adecuación a la realidad cultural del Perú.
3. Formular una propuesta multidisciplinaria y multisectorial que considere las características pluriculturales y diversas de la realidad peruana para contribuir al desarrollo de las industrias culturales y de la sociedad en el Perú.

## Importancia de la investigación

La investigación propuesta es relevante ya que si bien es posible obtener información sobre el comportamiento de algunas de las industrias culturales, ésta se encuentra dispersa y muy poca se encuentra publicada, lo que dificulta un análisis del campo. El presente estudio pretende cubrir este vacío, integrando información de varios sectores para poder hacer un análisis y extraer conclusiones de mayor alcance.

Por otro lado, la investigación abarca un período de rápido y extraordinario crecimiento económico, por lo que un eventual impacto de éste en las industrias culturales sería más fácilmente apreciable. De igual modo, el momento de corte coincide con el fin de este período, por lo que en el futuro podría determinarse también el impacto de esta desaceleración económica.

Es importante considerar también que el presente estudio se plantea en un momento en el que las industrias culturales adquieren cada vez mayor relevancia en relación al establecimiento e implementación de las políticas culturales, lo que se ha hecho evidente, entre otras cosas, con la creación del Vice Ministerio de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales dentro del Ministerio de Cultura. Sin embargo, el estudio también responde al interés del Ministerio de Producción en el tema, precisamente en un contexto de desaceleración económica en el que se buscan alternativas productivas, y en el que ya se vienen planteando metas del aporte de estas actividades al PBI, todo lo cual se hizo manifiesto con la instalación de la mesa de industrias creativas dentro del Plan Nacional de Diversificación Productiva.

Finalmente, el estudio significa la continuidad de una línea de investigación iniciada por la Universidad de San Martín de Porres en el año 2004 que concluyó en un documento que hasta el día de hoy sigue siendo un referente obligatorio en el tema, y por lo tanto puede incentivar la realización de estudios posteriores.

## Viabilidad de la investigación

Los siguientes recursos aseguran la viabilidad del presente estudio:

- Se cuenta con un estudio de base (*El impacto económico de la cultura en Perú*) para la realización de la presente investigación.
- Se han establecido contactos con diversas instituciones vinculadas a las industrias culturales y a los sub sectores estudiados para obtener información de primera mano para el presente estudio, entre ellos, la Cámara Peruana del Libro, el Comité de Radio, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- Aunque dispersa, se ha podido acceder a información para el presente estudio principalmente de instituciones públicas vinculadas a las industrias culturales o de sus representantes, de asociaciones de tipo gremial o sus representantes, de fuentes documentales o de Internet, así como de libros y artículos para el respectivo sustento teórico.

## Límites del estudio

Si bien el sector de las industrias culturales es amplio y abarca diversos sub sectores, para el presente estudio solo se consideran los sub sectores de la industria editorial, la radio y la cinematografía, por ser éstas actividades tradicionalmente consideradas dentro de cualquiera de las categorías que comprende este campo (industrias culturales, industrias creativas, industrias protegidas por los derechos de autor), así como por ser las que ofrecen la mayor cantidad de información disponible.

En cuanto al límite establecido por el período que será estudiado, se ha tomado como base el año 2005 que es el año en que se publicó el estudio *El impacto económico de la cultura en Perú*, por lo que se cuenta con esa información. En cuanto al otro extremo, se ha elegido el año 2015 pues alrededor de este año el crecimiento económico empezó a presentar un declive. El impacto de esa circunstancia puede ser materia de un estudio posterior que complemente al presente.

Finalmente, aunque como resultado de este estudio podría determinarse la existencia de ciertas tendencias en el comportamiento de las industrias culturales en general, la aplicación de estos resultados a otros subsectores, requeriría de estudios posteriores específicos que lo confirmen, por lo que se sugiere no generalizar ni extender sus conclusiones a otros subsectores diferentes a aquellos que han sido expresamente incluidos.

## Estructura de la tesis

El presente trabajo desarrolla en tres capítulos el tema de la economía y la cultura, a la luz de la evolución de las industrias culturales en el Perú durante el período 2005-2015. El capítulo uno cubre los antecedentes del tema de investigación, así como el marco teórico - conceptual del trabajo. Allí se contextualiza el tema central de investigación en varios niveles. A nivel histórico y conceptual se presentan los conceptos clave y sus orígenes. Conceptos como “Industria Cultural”, “Consumo Cultural”, “Industrias Culturales”, “Industrias Creativas”, “Industrias de Contenidos”,

“Economía de la Cultura”, “Cultura”. Este capítulo reconoce autores y enfoques por regiones o niveles (nacional, regional andino, latinoamericano y global).

Si bien no se estudia la complejidad multidimensional de la relación cultura-economía-sociedad, esta tesis reconoce la importancia del desarrollo tecnológico, de los procesos regionales, de los contextos geográficos y de los procesos particulares vinculados a la cultura, identidad y lengua, especialmente en el momento histórico actual en el que emergen serias críticas a los enfoques teóricos y genealogías de conocimiento de raíz euro-americana, y la crisis manifiesta de la hegemonía epistemológica en las ciencias sociales y humanas, así como los serios problemas de naturaleza ética que se ven reflejados o se manifiestan, entre otros, a través de las teorías económicas dominantes.

Durante la segunda mitad del siglo XX y lo que va del siglo XXI, entre las eras pre digital y digital, se da un movimiento muy importante de las industrias creativas y de contenidos. En la actualidad, el estado de la digitalización de los medios viene teniendo un impacto notable en la denominada “mass media” (comunicación de masas) y el “mass entertainment” (entretenimiento de masas). Esta circunstancia ha motivado un creciente interés por parte de la academia y los gobiernos; así como de diversos organismos e instituciones nacionales e internacionales, en la relación entre la economía y la cultura. Sin embargo, los estudios en la región de América Latina son aún cualitativa y cuantitativamente escasos y limitados. Finalmente, se propone una selección y definición de términos básicos que resultan de la revisión de la literatura en el capítulo uno que provee el estado de la cuestión.



A continuación, se aborda lo concerniente al marco metodológico. La naturaleza de este marco es interdisciplinaria y ecléctica. Se ubica en el horizonte de los retos de la investigación sobre las “Industrias Culturales” y el “Consumo Cultural” en Perú. Este capítulo recurre a la revisión de literatura perteneciente al horizonte regional de América Latina y de la zona andina. Es decir, se posiciona a las “Industrias Culturales” y el “Consumo Cultural” en Perú dentro de un contexto mayor. La revisión de la literatura deja en claro que no existe un único enfoque conceptual y metodológico sobre el tema “Economía, Cultura e Industrias Culturales”.

Este capítulo presta atención al vínculo entre economía y cultura del proyecto del Convenio Andrés Bello, CAB, 1999-2004, que involucró a cinco países (Colombia, Chile, Venezuela, Ecuador y Perú). También se da especial énfasis a las consideraciones del marco conceptual y metodológico del Proyecto CAB aplicado al caso del Perú. Así mismo, se presta atención a los estudios sobre industrias culturales, antes y después del proyecto CAB.

Tomando en consideración el marco metodológico planteado, así como la naturaleza y objetivos del presente estudio, en este capítulo se explica la metodología empleada para el trabajo. En este sentido, la metodología elegida toma en consideración el enfoque metodológico empleado por el Convenio Andrés Bello, especialmente en el estudio realizado en Perú, aunque considera también los estudios sobre industrias culturales desarrollados con anterioridad a esta iniciativa. Si bien el estudio incluye una importante cantidad de información de tipo cuantitativo, el enfoque

de la tesis es cualitativo, de carácter descriptivo, tanto por el tipo de análisis como por el tipo de técnicas empleadas y que incluyen la revisión documental de fuentes impresas y digitales, de cifras oficiales y otras producidas por instituciones y asociaciones privadas, así como también entrevistas. Finalmente, el capítulo aborda el aspecto ético como un elemento transversal del análisis.

El tercer y último capítulo contiene los resultados del estudio de la tesis doctoral. Allí se analiza el comportamiento de los subsectores elegidos de las industrias culturales en el marco de un período de crecimiento económico. Se escogió dicho período pues desde el año 2004 no se ha realizado un estudio sobre las industrias culturales en el Perú. El capítulo tres cubre en parte el vacío existente con posterioridad al año 2005 en el que se publicó en el Perú el informe del CAB, mediante el registro, análisis e interpretación de la información relacionada con la producción y el consumo de la cultura en el Perú, así como sobre el desarrollo de estrategias empresariales, en tres subsectores específicos de las industrias culturales (radio, cinematografía, industria editorial). La pregunta que queda abierta es: ¿Qué sucede con la cultura y el consumo cultural si las condiciones económicas cambian? Este capítulo pretende aportar elementos para su respuesta.

## **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Antecedentes**

El contexto histórico en el cual se ubica el tema central de esta tesis doctoral es el de la fase más reciente de la modernidad y el desarrollo y difusión del modelo capitalista bajo el liderazgo de los Estados Unidos, seguido por los países de Europa occidental. A inicios de ese momento Estados Unidos, se erige como el principal e incuestionable poder económico (y militar) en el mundo. Se trata del periodo que va desde el fin de la segunda guerra mundial a la fecha. Al inicio de este periodo, E.E.U.U. contribuye de manera significativa a la reactivación de las economías europeas de postguerra a través del Plan Marshall y se convierte en el propulsor de una Nueva Era en el desarrollo histórico del capitalismo.

Esta nueva era, involucra un nuevo paradigma, conceptos claves, la modernidad, el progreso y el desarrollo. La nueva era tiene su partida de nacimiento en 1949 cuando el Presidente Truman declara que E.E.U.U. es un país “desarrollado” y cuenta con el “know how” (saber cómo) para el progreso y beneficio de la humanidad; en particular, de las sociedades “no desarrolladas”. E.E.U.U. estaba dispuesto a

“compartir” los beneficios del desarrollo capitalista a través de la ciencia y la tecnología, y de la organización o creación de un concierto de instituciones (educativas, económicas, financieras) que permitiesen transferir y difundir los conocimientos y modelos necesarios para el desarrollo de esta nueva era. En las propias palabras de Truman:

Más de la mitad de la población del mundo vive en condiciones cercanas a la miseria. Su alimentación es inadecuada, es víctima de la enfermedad. Su vida económica es primitiva y está estancada. Su pobreza constituye un obstáculo y una amenaza tanto para ellos como para las áreas más prósperas. Por primera vez en la historia, la humanidad posee el conocimiento y la capacidad para aliviar el sufrimiento de estas gentes... Creo que deberíamos poner a disposición de los amantes de la paz los beneficios de nuestro acervo de conocimiento técnico para ayudarlos a lograr sus aspiraciones de una vida mejor... Lo que tenemos en mente es un programa de desarrollo basado en los conceptos del trato justo y democrático... Producir más es la clave para la paz y la prosperidad. Y la clave para producir más es una aplicación mayor y más vigorosa del conocimiento técnico y científico moderno. (Escobar, 2007, p. 19).

La nueva era se funda principalmente en la teoría económica capitalista y la investigación básica y aplicada, así como en la mecanización y la aplicación de la ciencia y la tecnología a gran escala en la minería, agricultura, la industria, servicios,

turismo, comunicación, construcción, y el desarrollo en general. La nueva era requería de un conjunto de instituciones multilaterales que poco a poco fue concretándose con la creación de la Organización de las Naciones Unidas, el Banco Internacional de la Reconstrucción y Fomento (que precede al Banco Mundial), y el Fondo Monetario Internacional. Posteriormente, en 1974 se crea la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en la ONU (Escobar, 2012; Esteva, 2010; Sachs, 2010; Esteva, Babones y Babicky, 2013).

La declaración del presidente Truman también implicaba que un número importante de países y continentes tenían que salir del “subdesarrollo”. Los “países subdesarrollados” saldrían de tal condición siguiendo el modelo/paradigma de desarrollo económico propuesto, creando de paso un vasto mercado del progreso, la modernidad, el desarrollo y el consumo (Sachs 2010). En este contexto se produce la abierta mercantilización de la cultura, es decir que la cultura se convierte en objeto de consumo, creándose lo que Mato (2007) denomina “Industria Cultural del Desarrollo”.

Esta fase de la modernidad que inicialmente impulsó Truman y los presidentes que le sucedieron, así como progresivamente los países desarrollados y aliados del bloque occidental, abrió las puertas a procesos culturales de dimensiones nunca antes vistos en América Latina y el mundo. (Sunkel, 1999; Barrios, Bisbal, Martín-Barbero Cárdenas y Aguirre, 1999; Lebrún, 2014, Mastrini y Becerra, 2007; López, Portocarrero, Silva, Ubilluz y Vich, 2007; Morley, 1998), y a la elaboración y ejecución de varios paradigmas/teorías de desarrollo, fundamentalmente desde los centros de

generación de conocimiento (universidades, organizaciones, think tanks) así como desde los principales organismos de desarrollo.

## **1.2 La “industria cultural”**

Desde un inicio y a la fecha, las principales teorías y conceptos económicos, antropológicos, sociales, filosóficos dominantes son de origen Euro Americano y aún tienen preeminencia frente a la de sus pares latinoamericanos. Dos de estos conceptos son los de “Industria Cultural” (IC) y “Consumo Cultural” (CC), los cuales fueron propuestos en el contexto de Europa a fines de la década de 1940 por los Theodor Adorno y Max Horkheimer, a la sazón las figuras más visibles de la denominada Escuela de Frankfurt (Barrios, 1999). Adorno y Horkheimer reflexionan sobre estos conceptos en su libro *Dialéctica de la Ilustración* (1947). Los autores optaron por el término “Industria Cultural” en vez de “Cultura de Masas”, pues consideraban que éste último se prestaba a interpretaciones equívocas que sugerían la emergencia natural de esa expresión cultural.

Adorno y Horkheimer pronosticaban, desde Europa, un escenario de confrontación entre una cultura de masas y una cultura de las élites. Además, querían dejar bien claro que la industria cultural, en singular, no implicaba nada espontáneo. Los autores percibían a la industria cultural como, “la atrofia de la imaginación y como instrumento de dominación” (Mato, 2007, p. 134). Es por ello que estos autores también remarcaban la industria cultural no debería ni asemejarse ni confundirse con el “arte”.

Mato (2007), citando a Adorno, expresa con claridad un perfil breve de la industria cultural, expresando una pauta metodológica sobre las implicaciones de aquella y sus productos.

[...] los productos de todas las ramas de la industria cultural son diseñados más o menos de acuerdo a un plan, para ser consumidos por las masas, y determinan en buena medida las formas en que son consumidos (*idem*). Así, sostiene que “la seriedad del arte” es destruida para responder a intereses de eficacia en el alcance a las masas (*idem*).  
(Mato, 2007, p.134)

En los tiempos de Adorno y Horkheimer, la industria cultural estaba constituida principalmente por el cine, la radio y las revistas. La industria cultural era concebida como un sistema homogeneizador y embrutecedor, carente de cualquier sentido de arte, y dominado por una lógica empresarial y de negocio. Hoy en día se sigue debatiendo en torno a la naturaleza y al papel que cumplen las industrias culturales.

En los últimos 60 años, las industrias culturales se han convertido en parte integral de la vida, especialmente de la urbana, y permanentemente se estudia y debate cómo y porqué éstas hacen uso o incluso manipulan el conocimiento, la psicología de masas, la publicidad y las técnicas de mercadeo o mercadotecnia (marketing), con el fin de maximizar los beneficios económicos, tal como lo ilustra de

manera crítica el documental *The Corporation* (2004), dirigido por Jennifer Abbott y Mark Achbar.

Sin embargo, Adorno y Horkheimer no visualizaron el gigantesco movimiento de las industrias creativas y de contenidos de finales del siglo XX e inicios del XXI, ni cómo los logros de la ciencia y la tecnología se asociarían tan íntimamente a las industrias culturales. Por ello los estudiosos de las industrias culturales se cuestionan si estas son “¿Industrias, Negocios o Servicios?” (García, 2004); indagan sobre la situación de “Las industrias culturales en la era digital” (Pineda de Alcázar, 2008); o se preguntan si las industrias culturales son “Maquina de deseos en el mundo contemporáneo” (López, Portocarrero, Silva, Ubilluz, y Vich, 2007), mientras que otros se han preocupado de estudiarlas a la luz de la economía política y del contexto económico-político actual (Mastrini 2004, 2014).

### **1.3 De la “industria cultural” a las “industrias culturales”**

Con posterioridad a Adorno y Horkheimer, se empieza a utilizar el término industrias culturales, en plural, tal como ya se ha hecho en párrafos anteriores. Diversos trabajos sugieren que las industrias culturales están constituidas por un grupo de expresiones o manifestaciones de la cultura que comparten determinados atributos comunes. No hay consenso (como lo ilustramos con el caso del Proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, 1999-2003) respecto a cuáles son estos atributos ni menos aún respecto a cuáles son más importantes que otros, y por ende, cuáles son los que definen o determinan qué expresión puede considerarse industria cultural



y cuál no. Estos atributos y el mayor o menor peso que tiene uno sobre otro, se reflejan en la misma nomenclatura del concepto.

Sumado a lo anterior, Mato es enfático en proponer que todas las industrias son culturales y, a modo de pautas metodológicas, precisa que “todas las industrias son susceptibles de ser analizadas desde una perspectiva cultural”. (Mato, 2007, p. 149).

Además remarca que:

“[...] estudiar desde una perspectiva cultural cualquier rama de industria o empresas particulares demanda estudiar no sólo sus productos, sino también el empaque, la publicidad y el mercadeo asociados, así como los usos que diversos tipos de usuarios hacen de esos productos, sus articulaciones con otros productos, usos e industrias. Todo esto, desde luego, en contextos específicos. También los aspectos organizacionales y de procesos de trabajo de esas industrias pueden ser estudiados desde una perspectiva cultural.” (Mato, 2007, p. 149)

En el contexto de globalización acelerada que se vive hoy en el mundo, la propuesta de Mato de que “todas las industrias y los consumos son culturales” (Mato 2007: 133), motiva preguntar acerca de los consumidores y el consumo de los productos de las industrias. Mato no profundiza su propuesta en investigaciones específicas. Sin embargo, ello no la invalida pues abre puertas, como lo precisa el autor, a “nuevas posibilidades de investigación”. Lo enfatizado por Mato invita a proponer algunas preguntas de corte conceptual y metodológico. Por ejemplo, y para

buscar o sugerir contrastes marcados, en países de la Región Andina, América Latina, África, o Asia, con una alta diversidad cultural, ¿satisfacen las cadenas o conglomerados de las industrias de la radiotelefonía, la televisión, la cinematografía, y la editorial el consumo de un público pluricultural y plurilingüe? Sobre todo si, como sucede, existen culturas que son tradicionalmente orales y no están inmersas en el mundo moderno. ¿Cómo poder alcanzar un grado más fino, más preciso, de explicación sobre este tema? Como veremos más adelante, con el caso del Proyecto del Convenio Andrés Bello, CAB (1999-2004), y los trabajos de UNESCO (2010, 2009) por ejemplo, la respuesta no es fácil. En el caso de los países de América Latina existen una serie de razones coyunturales, estructurales, tipos de desarrollo institucionales (capacidades estadísticas) tanto en el sector estatal como en el privado. Estas limitaciones institucionales o escasez de guías flexibles no han contribuido a facilitar la tarea de intervención pública de parte de los encargados del sector cultural— los que elaboran y ejecutan políticas de promoción. Esto último lo confirman importantes documentos de UNESCO (Marco de Estadísticas Culturales 1986 y 2009, Políticas para la Creatividad. Guía para el desarrollo de las Industrias Culturales y Creativas 2010).

En cuanto al concepto de “Consumo Cultural”, éste contiene ambigüedades debido a su uso selectivo por distintos enfoques. El consumo cultural tiende a estar más relacionado en la actualidad con las industrias culturales, pero se extiende a otras actividades y tipos de consumo (por ejemplo visitas a museos históricos, arqueológicos, de ciencia y de arte, de artesanías y “cultura popular”; visitas a

galerías de arte; asistencia a conciertos y obras de teatro; visitas a sitios arqueológicos e históricos) (Mato, 2007).

En relación al término “industria”, el diccionario de la Real Academia Española precisa que proviene del latín *industria* y que implica un “conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos naturales. [...] Negocio o actividad económica. La industria del espectáculo, del turismo.” La explicación es pertinente por cuanto en 1975, Adorno precisaba y enfatizaba no confundir el término “industria” con el de “manufactura”, pues el primero “se refiere a la estandarización de la cosa misma [...] y a la racionalización de las técnicas de distribución, pero no estrictamente al proceso de producción” (p. 14). En la actualidad la “industria” abarca o incluye el conjunto de las actividades manufactureras<sup>1</sup>, tal como lo demuestran la *Estructura Detallada y Notas Explicativas* de la División de Estadística de las Naciones Unidas, UNSD por sus siglas en inglés.

En referencia al término “cultura de masas”, visto en el contexto actual global y regional (América Latina), éste bien podría denominarse “cultura para las masas”. Este término se asocia a lo que se denomina como “mass media” y “mass entertainment” (medios masivos de comunicación y entretenimiento de masas), que se caracterizan por el crecimiento y dominio exponencial actual de los conglomerados, y fusiones de conglomerados y entes corporativos, lo que sugiere y propone la necesidad de

---

<sup>1</sup> UNSD. International Standard Industrial Classification, ISIC, of All Economic Activities, Rev.3. United Nations Statistics Division <https://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=2>

enfoques metodológicos, disciplinarios e interdisciplinarios, e indicadores que ayuden a substanciar lo propuesto.

Como ya se señaló, el uso del término industrias culturales en plural, es posterior y diferente al de industria cultural en singular de Adorno y Horkheimer (Rascón, 2004). Al respecto Lebrún anota que las industrias culturales se diferencian del resto de mercancías industrializadas.

Por el trabajo simbólico que constituye su materia prima misma; por su valor de uso ligado a la personalidad de sus creadores; por su requerimiento ineludible de transformar el valor simbólico en valor económico; y por su imperiosa necesidad de renovación constante, muy por encima de cualquier otro producto o servicio, que choca con la estandarización obligada de toda industria y con su presencia intensiva de las economías de escala que impulsan espontánea y continuamente hacia la concentración nacional e internacional. (Lebrún, 2014, p. 48)

Algunos autores sugieren que el concepto de industrias culturales emerge de la intersección entre economía y cultura (Puente, 2007; Lebrún, 2014). El uso plural del término abre una vasta y rica reflexión, así como enfoques pragmáticos, académicos plurales, disciplinarios e interdisciplinarios, como los registrados en las últimas tres décadas en libros, artículos de revista académicas, foros, y seminarios. Diversas

posiciones son manifiestas desde distintos enfoques tanto en Europa y en Norte América, como en América Latina, incluyendo al Perú.

#### **1.4 Industrias culturales, industrias creativas, industrias protegidas por derechos de autor e industrias de contenidos**

Hoy en día se sigue debatiendo en torno al papel que cumplen las industrias culturales, pero como ya se expresó anteriormente, en los últimos 60 años, éstas se han convertido en parte integral de la vida, especialmente de la urbana. Las industrias culturales están constituidas por un grupo de expresiones o manifestaciones de la cultura que comparten determinados atributos comunes. Lebrún, acota brevemente sobre el término industria cultural y su relación con lo local.

[...] se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural.

Las industrias culturales cumplen un rol fundamental en el desarrollo de las personas, sociedades y naciones, son portadores de *“identidad, valores y significados”*, generadores de innovación y empleo. (Lebrún, 2014, p. 46).

Si bien para el presente estudio se decidió emplear el término “industria cultural” o “industrias culturales”, los autores, la doctrina e incluso la legislación respectiva, emplean términos diferentes que reflejan los elementos o aspectos a los que les

atribuyen mayor importancia como determinantes del concepto. Entre los términos que pueden encontrarse en la literatura sobre el tema se encuentran, además del de “industrias culturales”, los de “industrias creativas”, “industrias protegidas por derechos de autor” e “industrias de contenidos”. Al enfocarse en determinados elementos y no en otros, estas denominaciones no solo los jerarquizan sino que limitan la extensión del concepto.

“Así por ejemplo, la denominación “industrias creativas” se enfoca en su principal insumo individual, es decir en la creatividad, y por ende le otorga un característica más personal al producto; por el contrario, la denominación “industrias culturales” se refiere más al grupo que al individuo, ya que inserta esta producción en el ámbito compartido de la cultura, con todo lo que este concepto implica. Por su parte, la denominación “industrias de contenidos” parece hacer énfasis no tanto en la persona sino más bien en el producto en sí, en aquello que se crea, se produce y se distribuye. Finalmente, la denominación “industrias protegidas por los derechos de autor” es de corte jurídico y se enfoca en los derechos y deberes que surgen como consecuencia de la creación, la producción y el consumo cultural”. (Paredes, 2016, p. 71)

Tabla 1

Denominaciones empleadas y sus principales elementos.

<b>Denominación o Nomenclatura</b>	<b>Elementos que enfatiza</b>
Industrias creativas	La creatividad. Énfasis en el individuo.
Industrias culturales	La cultura. Énfasis en el grupo, la sociedad.
Industrias de contenidos	El producto. Énfasis en aquello que se crea, produce, distribuye y consume a través de un soporte.
Industrias protegidas por los derechos de autor	La autoría. Énfasis en los derechos y deberes que surgen como consecuencia de la creación, la producción y el consumo cultural.

Fuente y elaboración propia

En su obra *La Economía Naranja*, Buitrago y Duque grafican esto a través del registro de cinco definiciones pertenecientes a igual número de instituciones:

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Las industrias culturales y creativas son aquellas que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por el derecho de autor y pueden tomar la forma

de un bien o servicio. Incluyen además toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)

Las industrias creativas están en el centro de la economía creativa (concepto que surge en los 1990s), y se definen como ciclos de producción de bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo. Se clasifican por su papel como patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

Las industrias protegidas por el derecho de autor (IPDAs) son aquellas que se dedican, son interdependientes, o que se relacionan directa e indirectamente con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.

Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (DCMS)

Las industrias creativas son aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual, y que tienen el potencial de crear empleos y riqueza a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual.



Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Las industrias de contenidos son: editorial, cine, televisión, radio, discográfica, contenidos para celulares, producción audiovisual independiente, contenidos para Web, juegos electrónicos, y contenidos producidos para la convergencia digital (cross media).” (Buitrago y Duque, 2013, p. 37).

Tabla 2

Instituciones, denominaciones y actividades que integran las industrias culturales.

<b>Institución</b>	
UNESCO	<p><b>Industrias culturales y creativas</b></p> <p>Actividades que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos intangibles de naturaleza cultural.</p> <p>Contenidos normalmente protegidos por el derecho de autor.</p> <p>Incluyen toda producción artística o cultural, la arquitectura y la publicidad.</p>
UNCTAD	<p><b>Industrias creativas</b></p> <p>Ciclos de producción de bienes y servicios.</p> <p>Insumo principal: creatividad y capital intelectual.</p> <p>Se clasifican en patrimonio, arte, medios y creaciones funcionales.</p>

OMPI	<p><b>Industrias protegidas por el derecho de autor</b></p> <p>Actividades relacionadas con la creación, producción, representación, exhibición, comunicación, distribución o venta de material protegido por el derecho de autor.</p>
CEPAL	<p><b>Industrias de contenidos</b></p> <p>Abarcan las siguientes actividades: editorial, cine, radio, televisión, discografía, producción audiovisual independiente, contenidos para Web y teléfonos celulares y crossmedia, juegos electrónicos.</p>
DCMS	<p><b>Industrias creativas</b></p> <p>Actividades que nacen de la creatividad, la habilidad y el talento individual.</p> <p>La propiedad intelectual es una fuente potencial de empleo y riqueza.</p>
Ministerio de Cultura Perú	<p><b>Industrias culturales</b></p> <p>Actividades vinculadas a la creación artística, producción audiovisual, editorial, fonográfica y de nuevos medios, la distribución de bienes y servicios culturales y usualmente protegidas por los derechos de autor.</p>

Fuente y elaboración propia

Como puede apreciarse, las distintas instituciones que definen los alcances del término que emplean para referirse a estos conjuntos de actividades, éstas no constituyen *numerus clausus*, sino por el contrario quedan abiertas a futuras posibilidades de inclusión, lo cual tiene sentido si por ejemplo se consideran las alternativas que permiten o que permitirán en el futuro los medios digitales. Quizás la

lista más completa de actividades que pueden considerarse o no dentro de las distintas definiciones, es la proporcionada por el informe *La Economía Naranja* (Buitrago y Duque, 2013, p. 40) cuando se refieren a la economía cultural.

## INDUSTRIAS CULTURALES CONVENCIONALES

### Editorial

Libros, periódicos y revistas

Industria gráfica (impresión)

Edición

Literatura

Librerías

### Audiovisual

Cine

Televisión

Video

### Fonográfica

Radio

Música grabada

## CREACIONES FUNCIONALES, NUEVOS MEDIOS Y SOFTWARE

### Diseño

Interiores

Artes gráficas e ilustración

Joyería

Juguetes

Moda - Prêt-a-porter

Industrial (productos)

### Software de contenidos

Videojuegos

Otros contenidos interactivos audiovisuales

Medios de soporte para contenidos digitales

### Publicidad

### Agencias de noticias y otros servicios de información

## ARTES Y PATRIMONIO

### Artes visuales

Pintura

Escultura

Instalaciones y video arte

Arte en movimiento (performance art)

Fotografía

Moda / Alta costura

### Artes escénicas y espectáculos

Teatro, danza y marionetas

Orquestas, ópera y zarzuela

Conciertos

Circos

Improvisaciones organizadas (happenings)

Moda / Pasarela

### Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial

Artesanías, antigüedades, laudería y productos típicos

Gastronomía

Museos, galerías, archivos y bibliotecas

Arquitectura y restauración

Parques naturales y ecoturismo

Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos, etc.

Conocimientos tradicionales, festivales, carnavales, etc.

## Educación artística y cultural

Para el caso particular de esta tesis, nos circunscribimos a las actividades agrupadas bajo el título de Industrias Culturales Convencionales, refiriéndonos a un caso para cada uno de sus tres campos: Editorial (libros), Audiovisual (cine) y Fonográfico (radio).

Si bien la relación entre economía y cultura es innegable, no siempre fue así. Por el contrario, lo que ha existido tradicionalmente es una dicotomía aparentemente insalvable, sin embargo debemos anotar que las aproximaciones teóricas tanto desde el campo de la economía como de las ciencias sociales han logrado generar discursos que permiten relacionar ambos aspectos. En este sentido, una aproximación a la cultura desde su dimensión económica, permite una nueva comprensión sobre la creación de valor, el comportamiento de los agentes culturales y la dinámica de los flujos financieros (Bonet, 2007). Esta relación se ha vuelto particularmente importante porque hoy en día “existe un gran interés en ver cómo el sector de la cultura puede contribuir al desarrollo económico, especialmente en los países en desarrollo.” (Throsby, 2012, p. 55). No obstante, en el presente estudio no ahondaremos en esa dirección de la relación, sino en la dirección inversa, es decir en el impacto que podría tener la economía en la cultura y su evolución.

## 1.5 El debate sobre la “cultura”

Aunque el término cultura tiene sus raíces en Roma y en el latín, el concepto de cultura, en las diferentes acepciones que tiene hoy en día, no se hizo presente sino hasta el advenimiento de la ciencia antropológica que fue gestándose durante el S. XIX y que se consolidó con los trabajos de diversos investigadores, entre ellos y quizás los más célebres, Edward Burnett Tylor, primero, y posteriormente Franz Boas y Bronislaw Malinowski, en Estados Unidos e Inglaterra respectivamente.

Una de estas definiciones clásicas de cultura es precisamente la de Tylor, quien en 1872 señalaba en su obra *Cultura primitiva* que “La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad” (Gómez Pellón, s.f.). No deja de llamar la atención lo actual que resulta la definición de Tylor pese a haber sido formulada hace casi un siglo y medio. En efecto, esta definición amplia de Tylor integra todo el quehacer humano en su función social, aunque tal vez podría añadirse algún elemento que refuerce también la inclusión del producto material o de las expresiones materiales de tales hábitos y capacidades, es decir las obras o los objetos creados y producidos por la humanidad. Aun así, es un buen punto de partida para la discusión que nos interesa. Por otro lado, la referencia al producto de estos hábitos y conocimientos es relevante porque, como se

ha visto, en el concepto de industria cultural se incluyen aspectos como la producción, la apropiación y el uso o consumo de la cultura o de sus manifestaciones.

En cuanto al devenir histórico del concepto de “cultura”, seguimos a Bauman (2011), cuando señala que el término ingresó al vocabulario moderno para referirse no tanto a una realidad o a un hecho, sino más bien a un proyecto y una voluntad.

De la palabra “cultura” se infería un acuerdo planeado y esperado entre quienes poseían el conocimiento (o al menos estaban seguros de poseerlo) y los insultos (llamados así por sus entusiastas aspirantes a educadores); un contrato, vale aclarar, provisto de una sola firma, endosado de forma unilateral y puesto en marcha bajo la exclusiva dirección de la flamante “clase instruida”, que reivindicaba su derecho a moldear el orden “nuevo y mejor” sobre las cenizas del *Anciene Régime*.. La intención expresa de esta nueva clase era la educación, la ilustración, la elevación y el ennoblecimiento de *le peuple*, de quienes, de quienes recientemente habían sido investidos del rol de *citoyens* en los nuevos *état-nations*, [...] (Bauman, 2011, p.14).

Con el desarrollo de la modernidad y el advenimiento de la ciencia antropológica, el concepto fue recreado y pasó a significar el sistema constituido por el conjunto de todas las expresiones de la creatividad del ser humano como miembro de una sociedad (concepto que empleamos para el presente trabajo) pero ello no



significó la desaparición de su uso y significado tradicional, el cual si bien perdura hasta nuestros días, ha sido herido mortalmente como tal, en el estadio actual de las sociedades que Bauman denomina (de manera acertada) de la “modernidad líquida”, en contraposición a los teóricos de la postmodernidad, para transformarse en uno nuevo basado en el consumo. Por eso señala que Bourdieu, en su célebre obra *La Distinción*, se refiere todavía a “la cultura al servicio del statu quo, de la reproducción monótona de la sociedad y el mantenimiento del equilibrio del sistema, justo antes de la inevitable pérdida de su posición, que se aproximaba a paso redoblado”. (Bauman, 2011, p.17).

En cuanto a ésta noción de cultura, Bauman no duda en ir más allá y señalar de manera tajante que “La nuestra es una sociedad de consumo: en ella la cultura, al igual que el resto del mundo experimentado por los consumidores, se manifiesta como un depósito de bienes concebidos para el consumo, todos ellos en competencia por la atención insoportablemente fugaz y distraída de los potenciales clientes.” (Bauman, 2011, p.19). Cabría sin embargo preguntarse si la figura que describe Bauman se aplica para todas las sociedades, o si por el contrario es de aplicación exclusiva o particular para las sociedades urbanas u occidentales, y que por lo tanto no corresponden a realidades como la latinoamericana, o más específicamente la andina o la peruana. Sobre estos temas se hará énfasis en las siguientes páginas.

Ahora bien, para el propósito de esta tesis es importante discernir brevemente la relación entre cultura, economía y sociedad, sobre todo si se tienen en cuenta los cambios paradigmáticos, conceptuales, epistémicos, y geopolíticos experimentados al

interior de las ciencias sociales, en la economía y en las sociedades durante las más recientes etapas de la modernidad y del desarrollo capitalista a nivel global y continental (Wallerstein, 1996; Baldwin, Faulkner and Hecht, 2006, Mignolo, 2014). Barrios (1999) ubica de manera crítica el trabajo de la Escuela de Frankfurt a la vez que sugiere un horizonte más amplio de comprensión para el análisis de esta tesis.

El problema del desarrollo tecnológico y sus consecuencias sociales es característico de las sociedades desarrolladas, una minoría de la población mundial. Los análisis de la Escuela de Frankfurt se insertan en ese marco. Muy poco de lo expuesto en sus tesis refleja la problemática de las sociedades subdesarrolladas, dependientes o del Tercer Mundo. Las tesis de Frankfurt no escapan a la falla de la mayoría de las teorías sociales que analizan a la humanidad desde la perspectiva de experiencias etnocentradas, pero que aun así son presentadas como universales. (Barrios, 1999, p. 51)

Bauman (2010) nos muestra de una manera erudita y concienzuda la historia del concepto de “cultura” en el contexto del pensamiento europeo. Allí enfatiza la importancia del cambio, no la petrificación de los conceptos cultura, lengua, e identidad. También nos recuerda una vez más las ambigüedades en las definiciones sobre el concepto de cultura, así como las implicaciones semánticas y metodológicas como parte del debate académico. (Bauman, 2010).

Ese debate se ha desarrollado en una región particular del mundo y tiene como origen una realidad y una cosmovisión concretas, es decir que no es universal, más aún cuando se ha llevado a cabo con la exclusión de otras regiones del globo. Es en este contexto donde se acuña y emergen los conceptos y estudios relevantes para esta tesis.

El proceso histórico centrado en Europa y sugerido gruesamente líneas arriba, ofrece matices importantes para un estudio a futuro desde una visión comparada sobre el impacto de las industrias culturales en un marco en el que la transnacionalización, los acuerdos de libre mercado (TLC/NAFTA, Mercosur, ALCA), y las empresas transnacionales superan los marcos de políticas nacionales culturales. Lo dicho de manera apretada en este párrafo es para alertar, sugerir y recordar las idiosincrasias que se ciernen en procesos históricos regionales específicos y su relación con el fenómeno global contemporáneo de las industrias culturales. (Mastrini 2004, 2014)

[...] La intensa atención prestada hoy en día a la cuestión identitaria es en sí misma un hecho cultural de gran importancia y, al menos potencialmente, de un gran poder iluminador.

Diferentes aspectos de la experiencia empiezan a concentrar la atención y a ser debatidos seriamente cuando ya no se pueden tomar como hechos que vienen dados, cuando dejan de ser evidentes, cuando ya no resulta probable que sobrevivan por su cuenta, sin apuntalarse en una reflexión atenta. (Bauman, 2010, p. 50-51).

El pensamiento crítico de Bauman sugiere la necesidad de prestar cuidadosa atención a los contextos y procesos particulares vinculados a la cultura, la identidad y la lengua, en otras palabras, la necesidad de reconocer que no hay constructos universales; que el conocimiento generado está relacionado a contextos socio-culturales, lingüísticos, e identitarios. A ello hay que añadir los estudios críticos de autores como Edgar Morin y Mauro Ceruti (2013) que explícitamente ponen al frente temas relevantes en la línea de los constructos no universales, trascendiendo el paradigma dominante de origen europeo pero con pretensiones universales homogeneizantes, y proponiendo, por el contrario, que Europa regrese y se repositone en lo local.

Además de las líneas de pensamiento señaladas anteriormente, corresponde mencionar las de Wallerstein (1996) y Mignolo (2014) sobre la crisis hegemónica conceptual de las ciencias sociales y humanas. Desde otra perspectiva crítica, es preciso mencionar el estudio *Redefining Culture: Perspectives Across the Disciplines* (Redefiniendo la Cultura: Perspectivas a lo Largo de las Disciplinas) (Baldwin et al., 2006). Este estudio resume alrededor de ocho décadas, 1930-2006, de debate sobre el concepto de cultura. Los autores dejan en claro que no existe una única definición de cultura, situación que se problematiza aún más por el cuestionamiento y la actual pérdida de hegemonía epistémica de los modelos y enfoques teóricos europeos en todo su espectro (estudios liberales y neoliberales, estudios críticos, estudios post coloniales, estudios culturales, posmodernismo, marxismo). En la Introducción de dicho estudio, Renato Rosaldo nos deja entrever, citando a Clifford Geertz, el intenso debate académico desde la Antropología Cultural sobre el término “cultura”.

En este sentido, señala que la misma antropología cultural se ha visto dividida en paradigmas contestatarios, como si se tratase de diferencias entre disciplinas, o, en cualquier caso, entre escuelas de pensamiento. Partiendo de una visión retrospectiva de la antropología cultural, por ejemplo, Clifford Geertz (2002) señala que desde mediados de la década de 1960 hasta el final de la de 1970, surgieron diversos paradigmas de análisis, incluyendo al estructuralismo francés, la sociobiología, la antropología cognitiva, la etnografía del hablar, el materialismo cultural, el neo-Marxismo, el neo-evolucionismo, el neo-funcionalismo, la teoría práctica, la antropología de la experiencia, los estudios subalternos, y la antropología interpretativa. A éstos le agrega el feminismo, el anti-imperialismo, los derechos indígenas, y la liberación homosexual. De esta manera y siguiendo su análisis, concluye que en los años 70, la cultura pasó de ser un objeto de estudio, a convertirse bajo estos paradigmas y definiciones, en una herramienta flexible para el estudio al servicio de diferentes proyectos analíticos; o dicho en otras palabras, la cultura que alguna vez fue vista como estática e incambiable, o como un conjunto de patrones o formas compartidas entre miembros de un grupo, se convirtió en una herramienta para estudiar la convergencia del poder, la desigualdad, y la historia. (Rosaldo, 2006, p. XI – XII)

A la complejidad conceptual académica arriba presentada, se suman otros aspectos importantes, entre ellos y como ya lo hemos anotado, la crisis de hegemonía epistémica de las ciencias sociales y humanas surgidas de las escuelas europeas y norteamericanas, la configuración de los imaginarios y las genealogías de

pensamiento, o el reconocimiento de los derechos indígenas y de las epistemologías tradicionales.

En esta línea, por ejemplo, los pueblos indígenas, cuya presencia es fundamental para comprender la realidad latinoamericana, han sido uno de los principales objetos de estudio de las corrientes académicas europeas y norteamericanas centradas en la cultura, pero actualmente pugnan por dejar de serlo para convertirse actores de su propio destino y generadores de conocimiento en sus propios términos. Este proceso tiene como un hito relevante la “Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas” de la Organización de las Naciones Unidas del año 2007. Este contexto tiene su correlato particular con las industrias culturales y el consumo cultural.

Otro aspecto importante es el de lo apropiado de los enfoques y su “universalidad”. Por ejemplo, si la teoría/enfoque de la posmodernidad sería apropiada, o la más apropiada para ser aplicada en una realidad social como la peruana, la región andina o América Latina. Al respecto y como lo señalan varios estudios (Morley, 1998; Curran, Morley y Walkerdine, 1998), tal enfoque, resulta idóneo en otras regiones y en otros contextos, especialmente si tenemos en cuenta que el Estado peruano, como muchos otros en América Latina, África o Asia, aún trabaja arduamente por lograr expandir y profundizar la modernidad, en lo social, político y económico (Palma y Aguado, 2010).

Algo similar sucede con la Economía de la Cultura, una sub disciplina relativamente reciente de la Economía. Esta teoría nace en la década de 1960 en Europa, particularmente en Inglaterra. Cuenta desde 1973 con su propia asociación profesional, y desde 1977 con su propia revista académica.

La economía de la cultura se concentra inicialmente en las artes escénicas (teatro, ópera, danza). Del énfasis inicial en aquellas, pasó más tarde a incluir el patrimonio cultural y las industrias culturales. Esta sub disciplina busca por medio de la teoría y método económico, razonar sobre la relación entre economía y cultura a partir de “la naturaleza del valor cultural” en los planos económico y socio-cultural. Sin embargo, a puertas del siglo XXI “aún está en su infancia, pues su objeto no está bien definido y se sitúa en el cruce de varias disciplinas: historia y filosofía del arte, sociología, derecho, administración y economía.” (Palma y Aguado, 2010, p. 133).

El contexto precisado líneas arriba es sugerente referencialmente así como también para repensar el concepto de cultura, la relación cultura-economía-sociedad, así como el término industrias culturales e ir más allá de las industrias culturales. Por ello aquí hacemos eco del trabajo de Bisbal (1999) para un diálogo más amplio y profundo, intercultural, interdisciplinario, transdisciplinario, e incluso no-disciplinario. Como dice Bisbal (1999: 59) “lejos de los prejuicios ilustrados” y en diálogo con estos también.

## 1.6 Esfuerzos de integración intrarregional cultural en América Latina

El debate sobre la cultura en América Latina no es aislado sino que se da dentro de un contexto enmarcado entre otros, por los siguientes eventos vinculados a nivel mundial: La Conferencia de Estocolmo “Cumbre Mundial sobre Políticas Culturales para el Desarrollo” (1998); la “Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales”, MONDIACULT, realizada en México, D.F. (1982); la Conferencia General de la UNESCO que aprueba en París crear un programa de investigaciones comparadas sobre las industrias culturales (1978) y la posterior reunión de expertos sobre “el lugar y el papel de las industrias culturales en el desarrollo cultural de las sociedades” de Montreal (1980); así como la “Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales” de México (1982).

Como consecuencia de estos encuentros y de otros factores, entre mediados de 1970 y fines de la década de 1990 se observan una serie de esfuerzos de integración intrarregional en América Latina, incluyendo a las siguientes.

- Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación, convocada por UNESCO, San José de Costa Rica, 1976.
- Acción de Sistemas Informativos Nacionales, ASIN
- Agencia Latinoamericana de Servicios Especiales de Información, ALASEI
- Unión Latinoamericana y Caribeña de Radiodifusión, ULCRA
- Conferencia de Autoridades Cinematográficas de Iberoamérica, CACI



- Foros de Ministros Responsables de las Políticas de Cultura de América Latina y el Caribe.
- Proyectos concretos lanzados en marcos institucionales variados: “Nuestra América” (programa de televisión de la entonces Junta del Acuerdo de Cartagena) y “Expedición Andina” (programa de televisión del Convenio Andrés Bello. (Roncagliolo, 1999, p. 79; Anverre, Breton, Gallagher, Gawlik, 1982).

Más tarde, entre otros encuentros, se registra el “Primer Encuentro Internacional: Diversos y Alternos, la Gestión Cultural en América Latina”, organizado por el Convenio Andrés Bello (2007), en el que se reunieron representantes de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, académicos y estudiosos reconocidos internacionalmente en el tema cultural, y que desde sus diferentes campos de trabajo y estudio cooperan en la conformación de modelos de gestión cultural propia en Iberoamérica.

### **1.7 Definición de términos básicos**

Llegados a este punto, luego de haber presentado el estado de la cuestión y de haber formulado el marco teórico del presente trabajo, corresponde a continuación formular las definiciones puntuales de los términos básicos que son empleados en esta tesis, específicamente en el capítulo de Resultados.

### Bien cultural

Objeto material o inmaterial al que se le reconoce valor principalmente por su contenido, es decir por el símbolo o significado que transmite.

### Cinematografía

Subsector de las industrias culturales que incluye a las actividades, instituciones y personas relacionadas con la creación, producción, distribución y exhibición de contenido audiovisual para ser exhibido principalmente en salas de cine.

### Consumo cultural

La apropiación o uso de bienes culturales. Está más relacionado a las industrias culturales pero incluye otras actividades, bienes y servicios como visitas a museos, visitas a galerías de arte, adquisición de obras de artes plásticas, entre otras.

### Creatividad

Capacidad del ser humano de generar nuevas ideas, conceptos o asociaciones de ideas con el fin de expresarse o resolver un problema.

### Crecimiento económico

Incremento en términos reales de la producción de bienes y servicios de una economía en un período determinado, teniendo en consideración precios constantes ajustados por el índice de inflación.

## Cultura

Sistema constituido por el conjunto de todas las expresiones de la creatividad del ser humano como miembros de una sociedad, así como por las relaciones pasadas o presentes existentes entre aquellas.

## Desarrollo

Estado de las sociedades en el cual todos o la gran mayoría de sus miembros accede o puede acceder libre y equitativamente al bienestar material y espiritual.

## Economía de la cultura

Rama de la economía que estudia la producción, distribución y consumo de bienes culturales.

## Empresarialización

Proceso por el cual las motivaciones, intereses o fines tradicionales de las actividades humanas o las instituciones, se reorientan hacia el mercado y la rentabilidad financiera.

## Industrias creativas

Una de las denominaciones que abarca al conjunto de actividades culturales tradicionalmente denominado “industrias culturales”, pero en cuyo concepto se prioriza al individuo y su capacidad creativa como elemento diferenciador de otras actividades.

## Industrias culturales

Conjunto de actividades cuyo insumo está constituido principalmente por la creatividad; que transmite mensajes y símbolos; que está relacionada con los derechos de propiedad intelectual, especialmente con los derechos de autor; y que está inserta en una cadena de valor creativa.

## Industrias de contenidos

Una de las denominaciones que abarca al conjunto de actividades culturales tradicionalmente denominado “industrias culturales”, pero en cuyo concepto se prioriza al producto, es decir aquello que se crea, produce, distribuye y consume a través de un soporte.

## Industria editorial

Subsector de las industrias culturales que incluye a las actividades, instituciones y personas relacionadas con la creación, edición, distribución y consumo de contenido impreso o digital en forma de libros o productos editoriales afines.

## Industrias protegidas por derechos de autor

Una de las denominaciones que abarca al conjunto de actividades culturales tradicionalmente denominado “industrias culturales”, pero en cuyo concepto se prioriza la autoría, así como los derechos y deberes que surgen como consecuencia de la creación, producción y consume cultural.

## Modernidad

En el contexto del presente estudio, la etapa actual de un proceso histórico, social y económico iniciado en Europa alrededor del S. XV, fruto del cual la razón desplaza a la religión y a la tradición como fuentes del conocimiento y de la acción humana, y que actualmente gira en torno al progreso definido por el capital y la tecnología.

## Multiculturalidad

Condición de determinados espacios geográficos, políticos o sociales, caracterizados por la coexistencia e interacción de personas o grupos procedentes de distintas tradiciones culturales.

## Producción cultural

Proceso cuantificable de elaboración de bienes diversos cuyo valor reside en su contenido, es decir en el símbolo o significado que transmite.

## Radio

Subsector de las industrias culturales que incluye a las actividades, instituciones y personas relacionadas con la creación, producción, distribución y consumo de contenidos a través de servicios de radiodifusión sonora.

## Sector

Campo o conjunto de actividades vinculadas tomada como unidad en una organización, estructura o marco conceptual. En el caso del presente estudio, se hace referencia al sector de las industrias culturales como aquel en el que se incluyen a las

personas e instituciones, los bienes y las actividades vinculadas a estas actividades contempladas en el Art. 4° de la Ley N° 29565, Ley de Creación del Ministerio de Cultura.

#### Subsector

Cada una de las actividades en las que se dividen los sectores. En el caso del presente estudio, se hace referencia a los subsectores de la industria editorial, la radio y el cine, pero reconociendo la existencia de otras como la televisión o la fonografía.

## **CAPÍTULO II MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1 Introducción**

El marco conceptual y metodológico de la presente tesis es interdisciplinario, ecléctico, y se fundamenta en los estudios culturales y críticos, la antropología cultural, la economía de la cultura, la sociología, el derecho, y la historia, así como por instituciones multilaterales claves como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Convenio Andrés Bello, entre otras. Este marco teórico se ubica en el contexto de los retos de la investigación sobre las industrias culturales y el consumo cultural en el Perú, que a su vez se sustenta en el contexto regional de América Latina y de la región andina, así como en el contexto global, es decir que se posiciona y reconoce la ubicación, características y perfiles históricos de las industrias culturales y el consumo cultural en el Perú, dentro de un horizonte más amplio.

La revisión de la literatura deja en claro que no existe un único enfoque conceptual y metodológico vinculado al tema de la economía, la cultura y las industrias culturales. Por el contrario, a nivel global y por continentes, el desarrollo desigual del

capitalismo y otros varios elementos contribuyen a entender el estado de los enfoques y aplicaciones conceptuales y metodológicas sobre el tema en cuestión. Entre estos se encuentran por ejemplo el grado de desarrollo institucional del Estado y las agencias del gobierno; las formas de organización y funcionamiento de las industrias culturales en el sector privado; el nivel de uso de la tecnología, la informática y el internet por los actores involucrados (gestores de las políticas públicas, los propios productores y actores culturales); y la coordinación de estos con otros organismos regionales, continentales, hemisféricos, o globales. Lo dicho anteriormente se aprecia cuando se analiza la situación de las industrias culturales en varios niveles distintos, por ejemplo a nivel nacional (Perú); a nivel de la región andina (Ecuador, Bolivia, Venezuela, Colombia, Chile); a nivel de Latinoamérica, así como a nivel global. (Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, 2005; Ministerio de Educación de Chile, 2003; Castellanos, 2003; Bisbal, 1999; García y Moneta, 1999; López, Portocarrero, Silva, Ubilluz y Vich, 2007; Secretaria de Relaciones Exteriores, Organización de Estados Iberoamericanos y CONACULTA, 2004)

En cuanto al tema de las estadísticas confiables, éste fue tratado ya en el caso del Proyecto del Convenio Andrés Bello, además de reconocer el Marco de Estadísticas Culturales de la Unesco, MEC (2009) y las fuentes del United Nations Statistics Division, UNSD. García Canclini confirmaba en 1999 este tema crucial en relación a las políticas culturales.



Una seria dificultad para rediseñar las políticas culturales en este nuevo horizonte es la falta, en la mayoría de los países latinoamericanos, de estadísticas confiables, o abiertas al conocimiento público, sobre las inversiones y el consumo en los principales campos de la producción y la comercialización cultural. [...] Esta falta de información *pública* es, en parte, la causa, y en parte consecuencia, del escaso lugar que tienen los intercambios culturales entre países latinoamericanos en las agendas de las conferencias interamericanas e hispanoamericanas de los ministros de cultura y educación. (García, 1999, p. 38-39)

El tema de economía y cultura no ha sido estudiado ni trabajado de manera homogénea o a partir de una misma fecha. Tampoco se muestran similar interés en cuanto al desarrollo de capacidades, la voluntad política, los desarrollos institucionales, el ordenamiento jurídico, los requerimientos, las políticas culturales, el desarrollo de conceptos, infraestructuras, bases informáticas, personal capacitado ni trabajo académico (Tolila 2004). En general, los países más industrializados se caracterizan por contar con centros más desarrollados de generación de conocimiento (universidades, centros de investigación, *think tanks*) sobre el tema y con mayor nivel de coordinación y eficiencia entre los actores involucrados. La literatura, académica, estatal o privada sobre el tema en Perú, la región andina y América Latina, es relativamente reciente y limitada. El nivel de debate, cualitativo y cuantitativo, aparte de los enfoques, es bastante desigual (Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, 2005;

López, Portocarrero, Silva, Ubilluz y Vich, 2007; Ministerio de Educación de Chile, 2003; Castellanos, 2003; Sunkel, 1999; García, 1999).

Si bien en América del Sur, el énfasis inicial de los estudios sobre las industrias culturales se dio en una dirección, “el impacto de la cultura en la economía”, tal como lo ilustra el Proyecto del Convenio Andrés Bello, no cabe duda que existe una diversidad de estudios sobre las industrias culturales (CONACULTA, OEI, SER, 2004; Palma y Aguado, 2010; Bonet, 2007; Mastrini, 2004). Otros estudios, como lo señala polémicamente García Canclini, se mueven hacia extremos.

Con frecuencia las identidades nacionales, étnicas y regionales se defienden con un discurso esencialista y ahistórico, anterior a los estudios de las ciencias sociales que entienden a las identidades como las maneras –cambiantes- en que las sociedades se imaginan y construyen relatos sobre su origen y su futuro.

En contraste, muchas voces de los medios masivos, empresariales y políticos adoptan la hipótesis del mercado como único regulador social y simple homogeneizador de las culturas. Tampoco toman en cuenta los estudios universitarios y empresariales sobre la multiculturalidad en la globalización, que reconocen la persistencia de las diferencias culturales en los hábitos de consumo. (García, 1999, 35).

## **2.2 La medición de la cultura. El enfoque pragmático del Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO.**

Es importante mencionar brevemente los cambios críticos que se han dado entre el Marco de Estadísticas Culturales, MEC, de la UNESCO, de 1986 y el del 2009. Una autocrítica puntual de la UNESCO al MEC de 1986 es que este documento se basó “en un concepto formal y estático de la cultura que no refleja el actual enfoque inclusivo ni las prioridades de los países en desarrollo” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009: iii)

El concepto de cultura adoptado por el MEC 2009 proviene de la *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural* del 2001, y se inspira en una concepción y comprensión común de la cultura que permite medir un amplio espectro de expresiones culturales independientemente de su modalidad económica o social de producción” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009:9).

La UNESCO define la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009:9).

Además de la definición presentada arriba y adoptada por el MEC, este agrega una definición “pragmática” de cultura.

[...] basada en dominios y su propósito es medir las actividades, bienes y servicios culturales generados por procesos industriales y no industriales. Los bienes y servicios culturales engloban valores artísticos, estéticos, simbólicos y espirituales. Las características de estos bienes y servicios difieren de las de otros productos dado que su sistema de valorización, que incluye una característica irreproducible, está vinculada a su apreciación o al placer que de ellos se puede derivar (Throsby, 2001). (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009: 22)

Respecto a los dominios, el MEC reconoce seis “dominios culturales” y dos “dominios relacionados” y un “dominio transversal”. Estos dominios representan un conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas. De acuerdo a esta clasificación las industrias culturales, tema central de esta tesis, forman parte del Dominio Cultural, en las categorías de “Libros y Prensa” (industrial editorial) y “Medios Audiovisuales e interactivos” (cinematografía, televisión, radio).

#### Dominio Cultural

- i. Patrimonio Cultural y Natural;
- ii. Presentaciones artísticas y Celebraciones;
- iii. Artes Visuales y Artesanías;
- iv. Libros y Prensa;
- v. Medios Audiovisuales e interactivos; y
- vi. Diseño y Servicios Creativos

#### Dominio Relacionado

- vii. Turismo
- viii. Deportes y Recreación

#### Dominio Transversal

- ix. Patrimonio Cultural Inmaterial (dominio transversal)

Por otro lado, el MEC del 2009 reemplaza al MEC publicado en 1986 pues entre el lapso de publicación, y luego de una amplia consulta y evaluación, “han surgido muy diversos enfoques para definir y medir la cultura, al mismo tiempo que los cambios sociales y tecnológicos han transformado el lugar que le corresponde a la cultura dentro del concierto mundial” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009: 11).

El MEC 2009, de la UNESCO, ha trabajado en detalle los temas de cultura, medición de la cultura, y dominios culturales. Esto responde a la creciente importancia que la relación entre cultura y desarrollo tiene para especialistas y agencias de asistencia. El MEC 2009 entiende que “la cultura se percibe cada vez más tanto como un medio para el desarrollo... cuyo fin es promover y sostener el progreso económico.” (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009: 11). En otras palabras hay un reconocimiento de que la cultura tiene un impacto en la economía y que puede contribuir a empoderar sectores vulnerables, entre otros, las mujeres y los Pueblos Indígenas. Importa recordar aquí que es en el 2007 que se aprueba en las Naciones

Unidas, por mayoría de sus miembros, la Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas.

A continuación un extracto de como el MEC entiende su labor.

- Maximizar la comparabilidad internacional cuando ello sea relevante y factible.
- Contribuir a la creciente demanda nacional de datos para elaborar políticas e informar a un país sobre su situación en comparación con la de otros.
- Alcanzar una base conceptual para evaluar las contribuciones económicas y sociales atribuibles a la cultura. El uso de esta base conceptual y los resultados obtenidos permitirán a UNESCO y otras organizaciones, cuando sea relevante, estudios comparados así como avanzar en indicadores comunes sobre actividades relacionadas con la producción, difusión y usos de la cultura
- Un nuevo marco flexible y no obligatorio que busca ayudar a los países a crear sus propios marcos culturales mediante la selección de los principales dominios que formarán parte de sus estadísticas culturales. (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009: 11)

### **2.3 América Latina. El Proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello.**

El Proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, CAB, (1999-2004) es especialmente relevante para esta tesis doctoral. El proyecto permite ubicar el

estado de la investigación sobre la relación economía - cultura, y los enfoques teórico-conceptuales y metodológicos en América Latina de los países participantes que prácticamente empiezan a desarrollarse hacia 1999. La declaración del CAB no deja dudas.

El reconocimiento de la cultura como un factor estratégico para el desarrollo de los países y el avance en la integración económica y el avance en la integración económica regional en América Latina ha experimentado un lento proceso de legitimación al interior de los discursos y políticas de Estado. [...] el proceso de incorporación de esta dimensión cultural, no ha pasado aún a formar parte decisiva de los debates específicos sobre los problemas considerados claves en el desarrollo y que inquietan a los gobiernos, lo cual ha dificultado integrar las diversas iniciativas presentes en un proyecto político coherente (Ministerio de Educación de Chile, 2001, p. 15).

Durante los años 2003 y 2004 el Convenio Andrés Bello<sup>2</sup>, CAB, como resultado de su apoyo al estudio de la relación economía – cultura, publica los resultados de la investigación en cinco países (Chile, Colombia, Ecuador, Perú, y

---

<sup>2</sup> “La Organización del Convenio Andrés Bello, CAB, de Integración Educativa, Científica, Tecnológica y Cultural, es un organismo con personería jurídica internacional, intergubernamental, creado en virtud del Tratado suscrito en Bogotá, el 31 de Enero de 1970, sustituido en Madrid en 1990. Los países miembros de la CAB son, Bolivia, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, España, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela. Argentina en proceso de adhesión. Como organización internacional de carácter intergubernamental, favorece el fortalecimiento de los procesos de integración y la configuración y desarrollo de un espacio cultural común. Busca generar consensos y cursos de acción en cultura, educación, ciencia y tecnología, con el propósito de que sus beneficios contribuyan a un desarrollo equitativo, sostenible y democrático de los países miembros.”

Venezuela). A continuación, por su importancia en la región, se presenta de manera breve los objetivos generales del proyecto de investigación del CAB, así como los objetivos de la primera y segunda fase.

Tabla 3

Objetivos del proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello

<p><b>Proyecto Economía y Cultura del CAB. Cinco países miembros.</b></p> <p><b>Objetivos del Proyecto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avanzar en lograr una agenda capaz de posicionar a la cultura como un aspecto cardinal en la perspectiva de un desarrollo que atienda tanto a los procesos económicos y aquellos en los que están involucrados los valores, las identidades y las dimensiones simbólicas.</li> <li>• Uso de indicadores comparativos para medir, cuantitativa y cualitativamente, los efectos de la actividad cultural, de diversos sectores, en la economía de los países y en la región.</li> <li>• Estudiar repercusiones sociales de las industrias culturales –indicadores sociales– y profundizar en campos estratégicos para su evolución, tales como la identificación de políticas para su desarrollo, asesoría y asistencia a experiencias locales, entre otras.</li> <li>• Identificar propuestas referidas a las industrias culturales asociadas a diversas iniciativas de integración, y herramientas que fortalezcan las Mipymes culturales, el sistema de crédito para el sector cultural y la posibilidad de convertirlo en Cuenta de Estado en cada país, de modo que los resultados de las actividades económicas de la cultura se muestren claramente en las estadísticas de los países y sea visible su contribución real al PBI.</li> <li>• Recabar información para formular adecuadas políticas culturales, para que los países tomen conciencia de la importancia y la magnitud que el desarrollo de su cultura tiene con las dinámicas de negociación social y económica tanto interna como con los otros países y regiones.</li> <li>• Proveer información a los gestores de las políticas públicas, a los propios productores y actores culturales cuyos sectores fueron analizados.</li> </ul>
<p><b>Primera Fase del Proyecto: 1999-2001</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar en 5 países. Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.</li> <li>• Equipo central del CAB coordinó desarrollo y aplicación de una metodología concertada y equipos nacionales en cada país.</li> </ul>



- Resultados de informes de cada país, midieron ocho industrias culturales con cinco indicadores económicos.
- Informe Ejecutivo consolidado permitió mirada preliminar sobre la contribución de la cultura al PBI de cada país, observar las tendencias generales y peculiaridades de las industrias culturales de cada uno, además de una visión de conjunto en la región.
- Definiciones elaboradas por la institucionalidad, los equipos de investigación nacionales, de las actividades culturales y relacionadas, varían de acuerdo a diversos conceptos, requerimientos y políticas culturales de cada país.
- Para poder comparar resultados, y tomar en cuenta los diferentes enfoques de cada país, el equipo central del Proyecto concertó y proporcionó a cada país una metodología flexible con distintos escenarios.

**Segunda Fase del Proyecto: 2003**

- Revisión y actualización de la medición anterior.

Fuente: Ministerio de Educación de Chile, 2003

Elaboración propia

La investigación del Proyecto Economía y Cultura comprendió el periodo 1999-2004 y la realizaron economistas e investigadores sociales con el objetivo de contribuir “a la planificación de políticas públicas culturales así como a la gestión pública y a la planificación del desarrollo” (Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres, 2005, p. 15). El proyecto anotaba en el año 2003 que “la vinculación entre cultura y economía es reciente en nuestros países”. Además, que “la cultura no constituye un sector para la economía lo que dificulta la investigación y los seguimientos estadísticos que informan de la dimensión social y económica del arte y de las industrias culturales” (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 9). De la revisión de las publicaciones del proyecto, se puede percibir que los investigadores ya reconocían varios problemas dentro de las disciplinas, en el

mundo de la tecnología y en los parámetros componentes de la ecuación y análisis económico que “requiere de una delimitación precisa del sector para estudiarla desde su instrumental conceptual y metodológico” (Ministerio de Educación de Chile, 2001, p. 9). El proyecto también reconoce que “en general, la investigación sobre cultura no ha sido considerada como ámbito de conocimiento estratégico dentro del diseño y evaluación de las políticas de desarrollo.” Finalmente, con un carácter crítico constructivo, el proyecto anota que “estudiar el aporte de la cultura al desarrollo, no significa sólo una medición del aporte económico de ésta, también involucra la visualización de la matriz ideológica que ordena las conductas o las disposiciones de los ciudadanos frente a su participación en el ámbito público y en la definición de políticas [...] [y] las variables de la construcción de subjetividad compartida [...]”. La complejidad de la relación economía y cultura en el contexto de los cinco países del proyecto CAB hace notar que también es necesaria “la necesidad de una revisión de la teoría económica, así como de las alternativas que ésta ofrece para incorporar el análisis de la circulación de bienes y servicios culturales al campo de la reflexión económica”. (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 10, 15).

Los principales conceptos en la visión del proyecto de la CAB son: cultura, economía, políticas públicas, sistema jurídico, industrias culturales, patrimonio identitario regional, imaginario continental, transferencia tecnológica, impacto tecnológico e informático, mercancía tradicional, bienes culturales, mercancía, medición económica de la circulación de bienes y servicios culturales, entre otros.

## **2.4 El Marco Conceptual y Enfoque Metodológico del Proyecto del CAB**

El proyecto de la CAB combina el análisis económico y el de otras disciplinas. El proyecto hace uso de la Economía de la Cultura como un posible camino para enfrentar la complejidad del proceso en los países participantes y los contextos culturales en los que se realizan los intercambios económicos y el análisis económico. En particular porque la economía no puede ser una aplicación mecánica extrapolada de otras realidades. “El comportamiento económico varía de acuerdo al contexto cultural” (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 19).

A diferencia de la experiencia europea, donde han logrado concitar el interés de diversos organismos gubernamentales y entidades académicas, en América Latina este tipo de investigaciones y debates se han insertado fundamentalmente en departamentos de estudio ligados a los Ministerios y Secretarías de Cultura de los respectivos países, de manera que la reflexión y la producción de información sobre estas relaciones se han efectuado promovidas por las instituciones del Estado (Ministerio de Educación de Chile 2003: 20).

Cabe agregar a lo anterior el desarrollo de la institucionalidad del Estado, entre otros aspectos y actores, en los países participantes. Esto es sugerido por el rango ministerial asignado a la cultura.

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Chile, 2003.
- Ministerio de Cultura, Perú, 2010.
- Ministerio de Culturas y Turismo, Bolivia, 2009.
- Instituto Colombiano de Cultura, Colombia, 1997.
- Ministerio del Poder Popular para la Cultura, Venezuela, 2005.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ecuador, 2013.

Para lograr un entendimiento conceptual y empírico claro del término “sector cultural”, se hace uso de la noción “industrias culturales” como una “unidad ancla de análisis a dicha noción” (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 22). El término “industrias culturales” se le percibe como muy útil para el recojo de información y el cálculo estadístico del sector, en particular, respecto “al análisis de fuentes secundarias organizadas desde una visión económica para desde allí difundirse a la gestión pública y al discurso político”. El problema, agrega el proyecto, es que “dicha noción no proporciona los elementos analíticos necesarios para un acercamiento y medición exhaustivos de la actividad cultural de un país”. (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 22).

Sobre todo porque ha puesto su énfasis en las actividades, bienes y servicios culturales generados de acuerdo a un particular modo de producción, [...] a gran escala, reproducible y destinado a grandes audiencias (carácter que pocas veces adoptan las actividades culturales

en América Latina), por sobre otros atributos (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 22).

Una diferencia adicional importante, esta vez entre los términos “industrias culturales” y “sector cultural”, es la que precisa el proyecto. El último término tiene una latitud mayor que el primero pues abarca tres conglomerados. Primero, “las actividades vinculadas al patrimonio cultural”, segundo, “las actividades vinculadas a las artes” de una manera inclusiva (artes visuales, artes escénicas, coreográficas, y música), y tercero, las denominadas industrias culturales, principalmente “las actividades editorial, fonográfica y audiovisual”. (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 22).

El proyecto CAB precisa que el problema es que los tres grupos mencionados al momento de llevarse una medición, no son considerados “como parte del conjunto” en las mediciones económicas del sector cultural o del impacto de la actividad cultural en la economía. (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 22-23). En resumen, la nomenclatura de los tres conjuntos no se utiliza “en la medición y cálculo de las actividades productivas de una economía determinada”. (Ministerio de Educación de Chile, 2003, p. 23).

De los documentos publicados por el Proyecto CAB no es posible extraer y resumir la metodología general que fue aplicada en los países participantes. Este es el caso, por ejemplo, de la investigación *Impacto de la cultura en la economía chilena*. La reflexión conceptual y metodológica de los cálculos sobre el impacto de la cultura

en el Producto Bruto Interno de Chile es específica para este país. Entre otros aspectos, por el carácter de las fuentes y el tipo de indicadores disponibles.

Las reflexiones y limitaciones metodológicas puntuales detectadas por el equipo chileno y para Chile que presentamos en la sección anterior son valiosas. Sin embargo el Proyecto CAB, en general, deja a futuro el reto de avanzar en una metodología que sea a la vez consistente al interior de cada país, y que pueda servir para estudios y elaboraciones de políticas a nivel de región andina y América Latina en general. La discusión del marco conceptual y la metodología para el caso de Chile por el equipo nacional de Chile, es útil para las circunstancias históricas culturales e institucionales de ese país, sin embargo aporta poco de manera pragmática a una extrapolación y uso de conceptos, indicadores, y aspectos metodológicos.

Las consideraciones teórico-conceptuales y metodológicas hechas por el equipo CAB de Perú, muestran similares características al caso del equipo de Chile. Las consideraciones no llegan a conclusiones que contribuyan a profundizar la reflexión en el contexto del país y de América Latina. Las definiciones giran alrededor del “arte” o “las artes”, “cultura” y “cultura como horizonte”, “producción cultural” e “industria cultural”, “capital simbólico” y “capital cultural”, “PBI” y “PBI cultural”. Todo ello suma de manera concreta a la evaluación del impacto de las industrias culturales en la economía del país, pero no se ahonda en la necesidad de análisis o enfoque para el estudio de la actividad cultural desde la realidad latinoamericana o andina. De igual o mayor importancia es el hecho que desde el año 2004 no se ha realizado un estudio similar sobre las industrias culturales en el Perú. Esta tesis propone contribuir

a cubrir este vacío mediante el registro, análisis e interpretación de la información relacionada con la producción y el consumo de la cultura en el Perú, así como sobre el desarrollo de estrategias empresariales, durante el período 2005 – 2015 en cuatro sectores específicos de las industrias culturales (radio, televisión, cinematografía, industria editorial). Si bien el interés sobre la relación economía y cultura es central para la presente tesis. Este interés no es necesariamente unidireccional, que es como suele abordarse cuando se analiza cómo la cultura afecta o contribuye a cambios en el PBI. Por el contrario, se pregunta, por ejemplo, ¿qué pasaría con la cultura, y el consumo cultural si las condiciones económicas cambian? Otro tema de central interés, como ya se ha mencionado es el efecto de la economía, nacional e internacional en la cultura, temas que se consideran dentro de lo que Buitrago y Duque (2013) denominan la “economía naranja”. El problema es particularmente interesante ya que no se trata solo de la producción de bienes con valor comercial o material, sino de bienes con valor simbólico.

Al tiempo que el Convenio Andrés Bello organizaba formalmente el Proyecto sobre el Impacto de la cultura en la economía en América Latina, en 1999 y aún con anterioridad, también se registraban estudios de intelectuales, especialistas y académicos sobre cuestiones conceptuales, las industrias culturales en la integración latinoamericana, el consumo cultural en América Latina o las industrias culturales y el futuro de la cultura (Mastrini, 2014; Anverre, Breton, Gallagher, y Girard, 1982; Curran, Morley y Walkerdine, 1998; Sunkel, 1999; García y Moneta, 1999; Bisbal, 1999). Cabe mencionar aquí la existencia de estudios como los de Mastrini (2004, 2014) que

enfocan la importancia de cómo la economía, regímenes políticos, y políticas económicas tienen un impacto o afectan la cultura.

Sin embargo, dado el énfasis y sesgo técnico económico del Proyecto CAB, la literatura citada líneas arriba, entre otras, no fue considerada por los estudiosos del Proyecto. Cabe así citar de paso el diagnóstico que Roncagliolo presenta en 1999 en el contexto de una consulta internacional promovida por cinco organismos latinoamericanos sobre “integración económica” e “industrias culturales”, para poder contar con información actualizada y abrir un debate sobre los hechos, razones y circunstancias por las que tanto las políticas culturales como los intentos de integración regional en este campo no han prosperado o han fracasado.

Me parece un signo de estos tiempos, de cambio de época más que época de cambios, el que el título de este encuentro en Buenos Aires sea la yuxtaposición de dos expresiones, ambas polémicas y multívocas [...] En otro texto [...] (Roncagliolo 1996) me he referido al significado equívoco del sintagma “integración latinoamericana”: traté de destacar ahí cómo la palabra integración ha mudado de signo, pues antes portaba la connotación sindical y defensiva de unidad entre países pobres para hacer frente a los poderosos (un “integrar-nos” latinoamericanista), mientras que ahora, pese a Bolívar, Martí y tantos otros, apela, más bien, a los afanes de incorporación a uno de los bloques de la economía global (un “integrar-se” panamericanista).



[...] (otro) significado, no menos polémico y ciertamente más multívoco, del otro sintagma titular de este seminario: “industrias culturales”. Por eso, este capítulo empieza con una exploración del término “industrias culturales”, generado por los estudiosos de la cultura y las comunicaciones más que por los economistas. (Roncagliolo 1999:65)

El Proyecto CAB reconoce la importancia centralísima de la cuestión jurídica y su relación con la economía y la cultura a través de su publicación “Sistema Jurídico de Incentivos Económicos a la Cultura en los países del Convenio Andrés Bello” (Castellanos, 2003). El estudio se concentra sobre la legislación comparada y cubre los países del Convenio, Perú incluido, además de otros tres estados (Francia, Brasil y Argentina). Antes de pasar a la investigación comparada por subsectores de la cultura como objeto de incentivo, el estudio propone reflexionar de manera muy breve sobre el “contenido de la investigación” y el “sistema jurídico de incentivos económicos a la cultura”. El primer tema se aborda de una reflexión general. Es una compilación de normas jurídicas producto de la “continua actividad legislativa, reglamentaria y judicial”. Este primer tema contiene elementos sugerentes y afirmaciones generales. Delimita su enfoque y provee una justificación sobre los temas a priorizar. El enfoque metodológico es comparativo sin entrar en mayores detalles.

En la sección “contenido de la investigación” se elabora y justifica la importancia de la legislación comparada en el Derecho positivo. Esta sección reconoce la importancia del Derecho positivo, así como las peculiaridades y complejidades

intrínsecas a cada país. El Derecho positivo se yergue como “posiblemente el más deseable instrumento de expresión del Poder Público del Estado, a la vez que el más directo mecanismo de control al poder de los gobernantes. Siendo la norma jurídica el instrumento de regulación más directo “entre los poderes públicos, la administración y los gobernados para la aplicación de las políticas de Estado”. En suma y a pesar de las diferencias dentro del Sistema positivo en general, se precisa, es posible enfocar “contextos normativos sectoriales, entre países que comparten estructuras de organización esencialmente iguales” (Castellanos, 2003: 9)

El razonamiento del párrafo anterior, es el andamiaje que sirve para el análisis posterior que propone.

“[...] valorar y exponer cuáles son elementos característicos en la legislación de incentivos económicos a la cultura, cuáles los esquemas institucionales compartidos dentro de los que esa legislación se emite y se desenvuelve y cuáles los objetivos apreciables en la regulación, todo ello referido a unas áreas o subsectores que resultan claramente prioritarios o enfatizados en el conjunto de estas legislaciones: la conservación del patrimonio material, la promoción y protección de autores, artistas y creadores culturales, el fomento de proyectos, actividades y de la gestión cultural, la generación y mantenimiento de la infraestructura cultural, la promoción del libro y la lectura y el impulso de las artes e industria cinematográficas y audiovisuales.” (Castellanos, 2003: 10)

Importa señalar que el estudio, hace eco de dos hechos importantes. Uno, la aspiración u opción de los países participantes del proyecto CAB a la consolidación de regímenes democráticos; y dos, el reconocimiento e importancia de la multiculturalidad, aspectos estos que hoy no sólo son temas muy importantes en el contexto de la CAB, sino que aún siguen en tensión entre el marco constitucional y jurídico de cada país miembro.

Una vez elaborado, sistematizado y operativizado brevemente el significado de “sistema jurídico de incentivos económicos a la cultura” y explicado “los sistemas constitucionales que enmarcan la protección y promoción de la cultura” el estudio pasa a la segunda parte, la investigación de los “subsectores de la cultura objeto de incentivo”. Allí se elabora desde la visión jurídica propuesta, sobre el “Sector del Cine y el audiovisual”, el “Sector del libro y la lectura”, el “Sector del patrimonio material”, el “Sector de la infraestructura cultural”, “Proyectos y actividades culturales”, sobre “Autores, artistas y creadores culturales”, y sobre “Regulaciones de intervención económica”. En otra sección se elabora una “Descripción de normas específicas de los países miembros del CAB y de Francia, Brasil y Argentina” a través de las cuales se consagran incentivos económicos a la cultura. Finalmente, en esta segunda parte, la investigación enfoca los “subsectores de la cultura objeto de incentivo” de acuerdo a las normas que se emitieron en cada uno de los países seleccionados.

## **2.5 Diseño metodológico y procedimiento de muestreo**

Considerando el marco descrito anteriormente, el estudio sigue un enfoque o paradigma cualitativo de carácter descriptivo, aun cuando una parte importante de la información empleada como insumo es de carácter cuantitativo. El enfoque cualitativo se evidencia no solo a partir del tipo de análisis de la información, sino por el tipo de técnicas empleadas, entre ellas la revisión documental, que incluye además de textos publicados en libros, revistas y diarios impresos y digitales, cifras oficiales y otras producidas por instituciones y asociaciones privadas vinculadas a los subsectores estudiados, así como entrevistas a expertos y a algunos de los representantes de dichos subsectores.

En cuanto al diseño de la investigación, ésta es de carácter fenomenológico, de modo que se cuenta con el aporte desde distintas ópticas aplicadas a cada uno de los objetos de estudio, reforzando el carácter ecléctico e interdisciplinario señalado al inicio de este capítulo.

Finalmente, en relación al tipo de investigación, ésta es aplicada, ya que se refiere a una realidad concreta, en la que están claramente definidos y determinados sus alcances en términos geográficos, temporales y en cuanto a los subsectores que comprende.

Aun cuando el espectro de actividades que comprende el sector de las industrias culturales es amplio, para el presente estudio se han elegido solo tres de ellas (industria editorial, cinematografía y radio) en función a la cantidad de información que existe sobre ellas y a que han sido contempladas en el estudio base del año 2004 al que ya se ha hecho referencia. Este procedimiento de muestreo no probabilístico se aplica también en la elección de las fuentes a las que se ha recurrido y que dependen de cada uno de los subsectores trabajados. El abordaje de tales subsectores y de las fuentes seleccionadas será por conveniencia.

## **2.6 Aspectos éticos**

El presente estudio cumple con los principios que rigen la actividad investigadora establecidos en el Código de Ética para la Investigación de la Universidad de San Martín de Porres, especialmente los relacionados al rigor científico, el cumplimiento de las normas éticas y legales, y especialmente el de responsabilidad. En este sentido, la presente tesis pretende sumar al desarrollo de las industrias culturales en el Perú, entendiendo por un lado que el fomento de la cultura contribuye con el desarrollo de los valores ciudadanos, la tolerancia y el enriquecimiento espiritual del ser humano, y por el otro, reconociendo que aun cuando hoy en día las industrias culturales se manejan por las reglas del mercado, también juegan un rol fundamental como difusoras de la cultura y transmisoras de signos y contenidos capaces de formar opinión sobre distintos aspectos de la realidad, por lo que es indispensable contribuir con su desarrollo. Consecuentemente, el presente trabajo se ha realizado bajo la premisa de que en un país pluridiverso y pluricultural

como el Perú, todos los esfuerzos que contribuyan a promover las expresiones múltiples e infinitas de estas culturas, pueden constituirse en herramientas eficaces de comunicación, conocimiento y acercamiento entre ellas, y que por ende, son capaces de sumar al proceso de convivencia pacífica, de integración solidaria y de desarrollo amplio, equitativo y sostenible de la nación.

## **CAPÍTULO III RESULTADOS**

### **3.1 Nota adicional sobre las industrias culturales**

El término “industrias culturales” ha evolucionado en el tiempo y se ha ajustado a las transformaciones y cambios de las sociedades y de la realidad, pero también de las disciplinas desde las que se le aborda, especialmente la gestión cultural, el derecho y la economía, pero también desde la sociología. Ya se ha hecho amplia referencia al marco conceptual respectivo, pero recordaremos aquí los sectores y características que incluye la UNESCO (s.f.) cuando se refiere a las industrias culturales y creativas: “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.” Hay dos elementos que consideramos ausentes en ese texto pero que son importantes, especialmente en relación a los subsectores elegidos para la presente tesis, a saber, la dimensión masiva de su distribución y el elemento “entretenimiento”. Néstor García Canclini, a quien ya se ha hecho referencia antes, sí los incluye cuando describe a las industrias culturales como “el conjunto de actividades de producción, comercialización y comunicación en gran escala de mensajes y bienes culturales que favorecen la

difusión masiva, nacional e internacional, de la información y el entretenimiento, y el acceso creciente de las mayorías.” (García Canclini, 2002, p. 1). Como se ha mencionado, esta nota aclaratoria es relevante antes de abordar puntualmente cada uno de los subsectores estudiados pues la distribución masiva y el entretenimiento son dos de sus elementos más saltantes. Por eso es también relevante resaltar que en esas definiciones, el énfasis está puesto en la producción y la distribución (de bienes culturales) y no en el hecho creativo. Como señala Paredes,

“Así pues, cuando hoy en día hablamos de cultura, ya no nos referimos exclusivamente al proceso de creación artística o al “valor cultural” o simbólico de los bienes o expresiones, sino que es necesario introducir términos antes reservados al campo de la economía, como producción, consumo y empleo; al campo de los negocios, como gestión y marketing; o al campo jurídico, como los derechos de autor. Es en este medio híbrido (para usar un término cercano a García Canclini), en el que se mueven las industrias culturales.” (Paredes, 2016, p. 178)

Estos términos y conceptos de naturaleza económica, jurídica o de gestión, empleados para referirse a las industrias culturales, también son recogidas por el Ministerio de Cultura de Colombia (que también cita a la UNESCO), en su informe *El impacto económico de las industrias culturales en Colombia* (2003):

- Su insumo principal es una creación protegida por los derechos de autor
- Sus productos se encuentran fijados en soportes tangibles o electrónicos
- Son producidos, conservados y distribuidos en serie



- Su circulación es generalmente masiva
- Cuentan con sus propios procesos de producción, circulación y apropiación social
- Se encuentran inmersas en la lógica del mercado o tienen el potencial para hacerlo
- Constituyen espacios para la creación de imaginarios sociales y la constitución de identidades

El Ministerio de Cultura de Colombia, no obstante, no deja de reconocer las dificultades que se presentan cuando se pretende vincular a la economía y la cultura en el lenguaje cotidiano. En cuanto al otro elemento relevante, el entretenimiento, recurrimos a Lieberman (2006) para describir las características de las industrias culturales en cuanto fuentes de entretenimiento:

- Velocidad en el consumo
- Enormes presupuestos de marketing
- Venta de experiencias, no de objetos
- Desarrollo de productos asociados (“merchandising”)
- Distribución ligada a la tecnología

Así pues, aun cuando la cultura es expresión, forma de vida, e identidad, también se constituye en bienes que pueden venderse y comprarse, y por lo tanto puede regirse también por las leyes del mercado, puede obedecer a gustos y modas, y también puede ser fuente de trabajo y de recursos económicos, especialmente si nos referimos a las industrias culturales. En esta línea, el Ministerio de Cultura del Perú

reconoce que “hoy el mercado se constituye en el agente más influyente en la producción cultural. Es en el libre mercado donde se definen muchas representaciones colectivas y se construyen los gustos mayoritarios.” (Ministerio de Cultura, 2012, p. 25). Entre las estrategias que propone para el desarrollo del potencial de este sector, se encuentran la promoción de una adecuada gestión de las industrias culturales mediante el fomento y asesoramiento a las pequeñas empresas culturales; la propuesta de una nueva Ley de Cinematografía y el Audiovisual Peruano que haga posible el diálogo para el fortalecimiento institucional del sector y la capacitación y asesoría del recurso humano; la realización de concursos cinematográficos descentralizados; el impulso a la difusión e internacionalización del cine nacional; la formulación de un marco normativo para la industria editorial que impulse las condiciones de competitividad necesarias, especialmente las de las pequeñas editoriales y de los librerías; el fomento de la lectura y el establecimiento de metas concretas de crecimiento; el fortalecimiento del Sistema Nacional de Bibliotecas; la realización de programas para capacitar a músicos y artistas en temas de derechos de autor y de contratos; o el establecimiento de una política para el desarrollo de plataformas digitales y tecnológicas para la difusión y promoción de los sectores editorial, fonográfico y cinematográfico, permitiendo a la vez el encuentro entre creadores y productores o editores.

Las estrategias propuestas por el Ministerio de Cultura para el desarrollo del sector, no están referidas en primera instancia a fomentar la creatividad, sino la distribución y el consumo de la producción cultural, y pareciera más bien que hubiesen sido formuladas por el Ministerio de Economía. Con esto no queremos decir que este

enfoque sea correcto o incorrecto, sino que pretendemos llamar la atención sobre la importancia que estos temas tienen hoy en día en la formulación de las políticas culturales y a la vez evidenciar una vez más la cada vez más clara relación entre cultura y economía, especialmente y como veremos a continuación, en el caso de las industrias culturales. Como se verá más adelante, una expresión de esto es la evolución que han tenido los subsectores seleccionados en el contexto de crecimiento económico que se describirá a continuación, tanto en términos cuantitativos como cualitativos.

Ésta (la evolución cualitativa), es una novedad en el presente análisis, pues el enfoque habitual no solo es unidireccional (el aporte de la cultura a la economía) sino que se enfoca en lo cuantitativo, dejando de lado la indispensable transformación cualitativa interna del sector. Como señala Paredes:

En líneas generales, se ha producido un fenómeno al que en un trabajo anterior hemos denominado la “empresarialización” de la cultura en el Perú. En otras palabras, se trata de un proceso por el cual las personas y entidades que producen bienes o servicios culturales, desarrollan sus actividades haciendo uso de recursos asociados tradicionalmente al campo de la gestión de los negocios, y que se inicia cuando aquellas se percatan del incremento en la capacidad de consumo de la población, del surgimiento de una necesidad insatisfecha de productos culturales, y de la existencia de estrategias y herramientas de tipo asociativo, administrativo, financiero, tributario, publicitario u otros, que les permitirían atender esta necesidad y a

la vez proveerles de interesantes ingresos económicos. (Paredes, 2016, p. 79).

“Empresarialización”, es el término empleado en la presente para denominar a la transformación ocurrida al interior de las empresas del sector para, en primer lugar, enfrentar los nuevos retos que presenta un mercado cada vez más competitivo y cambiante en un contexto de crecimiento económico; y en segundo lugar, para aprovechar las nuevas oportunidades que estos cambios ofrecen a quienes en vez de combatirlos, se adaptan y adhieren a ellos. Éste es el enfoque que se ha aplicado en el desarrollo de la presente tesis desde que se inició su elaboración en el año 2015. Tanto el enfoque como los resultados obtenidos durante el trabajo realizado para la presente tesis y presentados aquí, han sido publicados de manera anticipada por el autor en los artículos que se mencionan en las fuentes de información, al final de este texto, con el fin de obtener una retroalimentación que pueda enriquecer el trabajo.

### **3.2 Contexto internacional**

En el mundo, el desarrollo de las actividades consideradas dentro del sector cultural, especialmente el de las industrias culturales es, en diversos sentidos, cada vez más amplio. Un elemento relevante que ha contribuido con esto es el advenimiento en Occidente de lo que desde fines del siglo XX algunos autores denominan Sociedad de la Información y posteriormente, Sociedad del Conocimiento (según la terminología popularizada por Peter Drucker), es decir una etapa en el desarrollo de las sociedades posterior a la era industrial, en la que el elemento más importante en la creación de la

riqueza no es ya el capital ni la mano de obra, ni tampoco la propiedad de la tierra (como lo fue en épocas anteriores), sino el conocimiento y la creatividad. Esta etapa ha ido de la mano con el desarrollo tecnológico, especialmente en los campos de las tecnologías de la información y de las comunicaciones que han contribuido con algunas formas de interrelación entre las personas, las instituciones y las sociedades.

“Para Drucker, pues, las nuevas tecnologías, que acompañan a la sociedad de la información, están transformando radicalmente las economías, los mercados y la estructura de la industria, los productos y servicios, los puestos de trabajo y los mercados laborales. El impacto es mayor, según él, en la sociedad y la política, y, en conjunto, en la manera en que vemos el mundo y a nosotros mismos.” (López, s.f., p. 18)

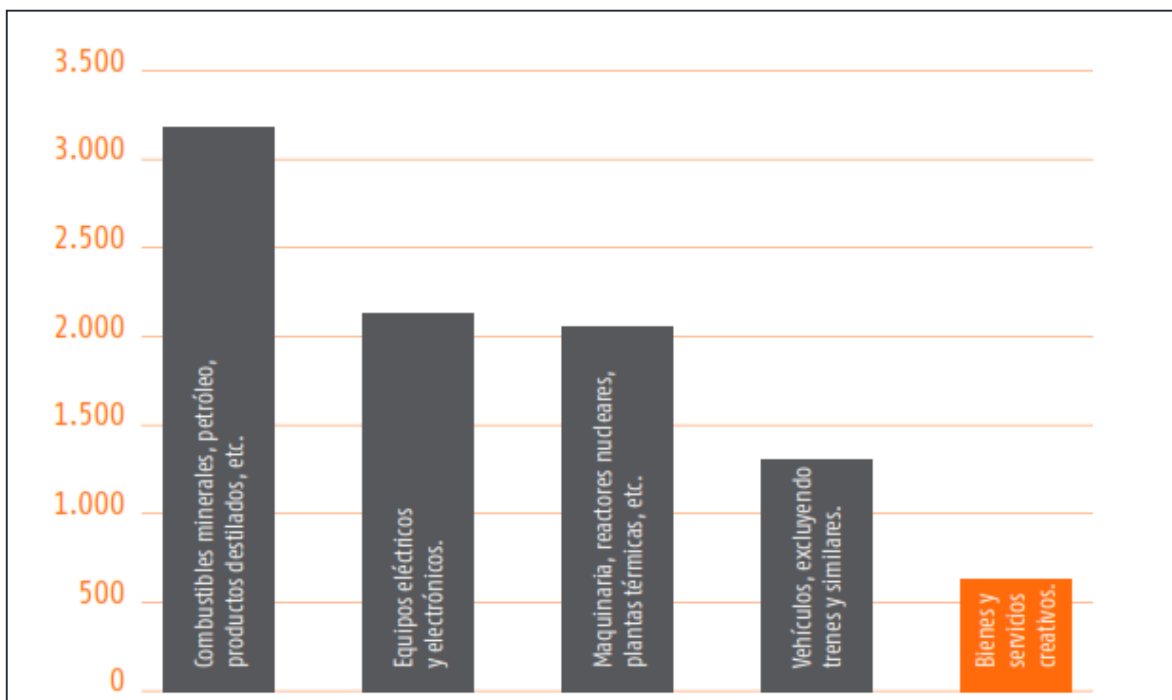
En el caso concreto de las industrias culturales y creativas, ha habido una explosión productiva de contenidos, los cuales hoy en día son o pueden ser distribuidos de manera inmediata y a escala global, gracias precisamente a las innovaciones en las tecnologías de la información y las comunicaciones. Esto ha dado como resultado, también, que el impacto de estos sectores se multiplique y cuantifique a través de indicadores tales como lectoría, audiencia, puestos de trabajo e ingresos, entre otros.

A manera de referencia de este fenómeno, se ha tomado la información registrada y publicada por el Banco Interamericano de Desarrollo a través del informe *La economía naranja* (Buitrago y Duque, 2013), y por la International Confederation of Societies of Authors and Composers – CISAC, a través de su informe *Cultural times. The first global map of cultural and creative industries* (2015).

De acuerdo a estos informes, en el año 2015 la economía creativa representaba ya el 6,1% de la economía global, y para el año 2011, en conjunto con las industrias culturales, representaron 4,3 billones de dólares. De igual manera, refieren que “Según la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) entre el 2002 y el 2011 las exportaciones de bienes y servicios creativos crecieron 134%” y que “Las exportaciones de bienes y servicios creativos en 2011 alcanzaron los \$646 mil millones de dólares.” (Buitrago y Duque, 2013, p. 17-18), ubicando a este sector, tal como puede apreciarse en la siguiente figura, entre los cinco más importantes a nivel mundial.

Figura 1

Principales rubros de exportación a nivel mundial año 2012 (en miles de millones de dólares).



Fuente y elaboración: Buitrago y Duque, 2013, p. 18.

Otra referencia sobre lo que representan las industrias creativas y culturales a nivel mundial, se puede recoger de la información que consigna la International Confederation of Societies of Authors and Composers – CISAC, en su informe *Cultural times. The first global map of cultural and creative industries* (2015). Dicho informe señala por ejemplo que en el año 2013, este sector generó ingresos a nivel mundial del orden de 2,250 billones de dólares y 29 millones de puestos de trabajo. Las actividades del sector generadoras de los mayores ingresos en ese año fueron la

televisión, las artes visuales, y los diarios y revistas, con 447, 391 y 354 billones de dólares respectivamente; mientras que los principales generadores de puestos de trabajo fueron las artes visuales, la industria editorial (libros) y la música, con 6.73, 3.67 y 3.98 millones respectivamente, tal y como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 4

Ingresos y empleos de las industrias culturales y creativas por subsectores en el mundo 2013

Sectores de Industrias culturales y creativas	Ingresos (2013, US\$billones)	Empleo (2013, cantidad de trabajos)
Televisión	477	3,527,000
Arte visual	391	6,732 000
Periódicos y revistas	354	2,865,000
Anuncios	285	1,953,000
Arquitectura	222	1,668,000
Libros	143	3,670,000
Artes escénicas	127	3,538,000
Juegos	99	605,000
Películas	77	2,484,000
Música	65	3,979,000
Radio	46	502,000
<b>Total</b>	<b>2,285</b>	<b>31,524,000</b>

Fuente CISAC

Elaboración propia

Continuando con CISAC (2015, p. 16 - 17), estas cifras desagregadas región por región, muestran la desigual distribución de la producción y resultados, obteniendo



los más altos indicadores las regiones del norte (con la excepción de la India), lo que refuerza las ideas desarrolladas como parte del marco teórico de esta tesis. La información que se presenta a continuación ha sido obtenida del informe mencionado, y permite también apreciar la importancia y el peso en otras regiones del mundo, de otros subsectores distintos a los trabajados en esta tesis.

### **Asia Pacífico**

Ingresos: US\$ 743 billones

Trabajos: 12,7 millones

3% del PBI

Asia-Pacífico es el mercado más grande de las industrias culturales y creativas del mundo, generando ingresos de US \$ 743 billones (33% de los ingresos globales en este sector) y 12,7 millones de empleos (43% de los empleos de este sector en todo el mundo). Este mercado tiene la mayor base de consumidores y es el hogar de algunos líderes como Tencent, jugador clave en juegos y mensajería instantánea, que tuvo ingresos consolidados de US\$ 20 billones en 2013, mientras que Yomiuri Shimbun, el periódico más vendido del mundo, imprime 10 millones de copias por día. La industria india del libro se convirtió en el décimo mercado de libros más grande en 2014, y verá el crecimiento más rápido a nivel mundial en los ingresos totales por libros. Los consumidores de esta zona son particularmente entusiastas de los periódicos y los videojuegos (14,2 y 0,7 puntos porcentuales por encima del promedio mundial).

## **Europa**

Ingresos: US\$ 709 billones

Trabajos: 7,7 millones

3% del PBI

Europa es el segundo mercado más grande de industrias culturales y creativas, con ingresos de US\$ 709 billones (32% del total mundial) y 7,7 millones de empleos (26% de todos los empleos del sector). La economía cultural de Europa tiene sus raíces en su historia: la región goza de una concentración única de instituciones patrimoniales y artísticas. Sin embargo, Europa también sigue marcando tendencias en el escenario global. Por ejemplo, el Reino Unido es un líder en el mercado del arte, especialmente debido a su arte contemporáneo, y la compañía francesa Publicis es un jugador clave en la industria de la publicidad global. Siete de los 10 museos más visitados del mundo son europeos (tres en París, dos en Londres) y 30 de las 69 ciudades creativas de UNESCO son europeas. La economía cultural europea también se basa en un ecosistema bien estructurado con presencia de grandes jugadores del sector (WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft y otros).

## **Norteamérica**

Ingresos: US\$ 620 billones

Trabajos: 4,7 millones

3,3% del PBI

Norteamérica es el tercer mercado de las industrias culturales y creativas, con ingresos de US\$ 620 billones (28% de los ingresos globales) y 4,7 millones de empleos (16% del total de empleos). El mercado de América del Norte está impulsado por los principales actores culturales y de entretenimiento: la región es el mercado más grande para televisión (US\$ 182 billones), cinematografía (US\$ 28 billones) y radio (US\$ 21 billones). Norteamérica también está a la vanguardia de la transformación digital, con el mayor número de consumidores de contenido cultural digital (47% de la distribución digital y los ingresos, por delante de Asia con 25% y Europa con 24%).

### **América Latina y el Caribe**

Ingresos: US\$ 124 billones

Trabajos: 1,9 millones

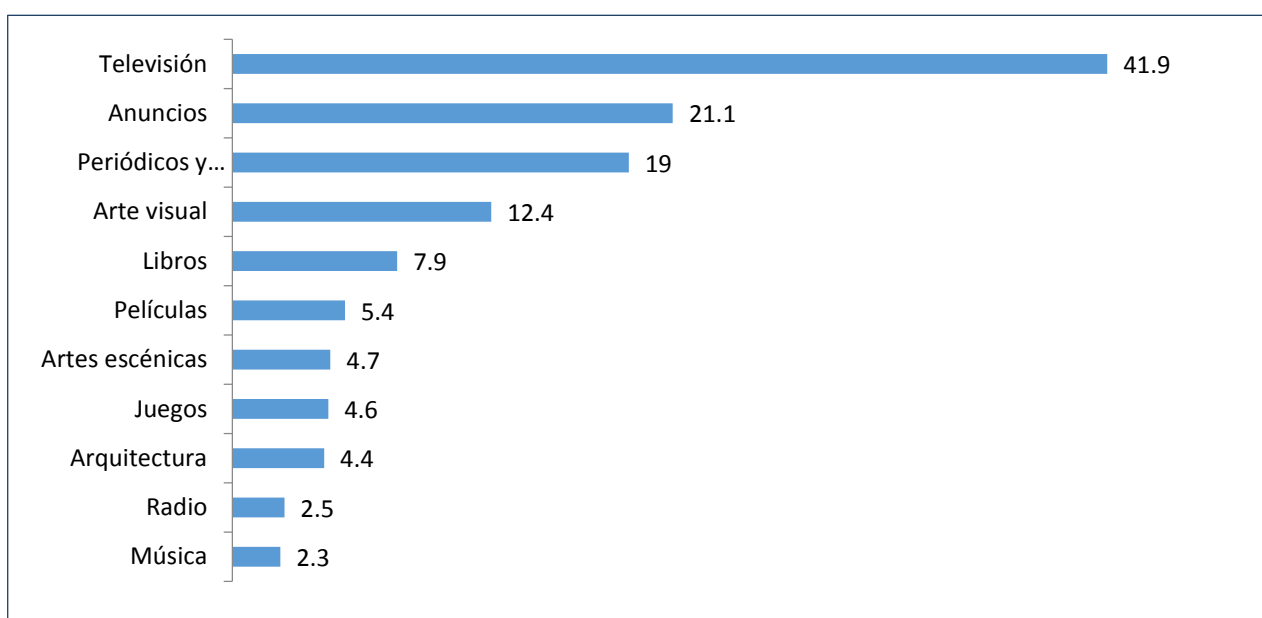
2,2% del PBI

El mercado de las industrias culturales y creativas de Latinoamérica y el Caribe, genera US\$ 124 billones en ingresos (6% del mercado global) y 1,9 millones de empleos (7% del total de empleos). América Latina y el Caribe poseen una rica cultura y patrimonio natural, con 131 sitios inscritos en la Lista del Patrimonio Mundial, y muchos escritores latinoamericanos han logrado la aclamación mundial. El mercado regional de las industrias culturales y creativas también está ganando tracción. Los conglomerados multimedia, como Grupo Globo en Brasil, Grupo Televisa en México y Grupo Clarín en Argentina, poseen una variedad de intereses de televisión, radio y prensa, captando grandes audiencias y produciendo programas de televisión

distintivos. Para esta región, CISAC (2015, p. 62) detalla la composición de los ingresos y empleos del sector:

Figura 2

América Latina y el Caribe: Ingresos de las industrias culturales y creativas por subsectores en US\$ billones año 2013

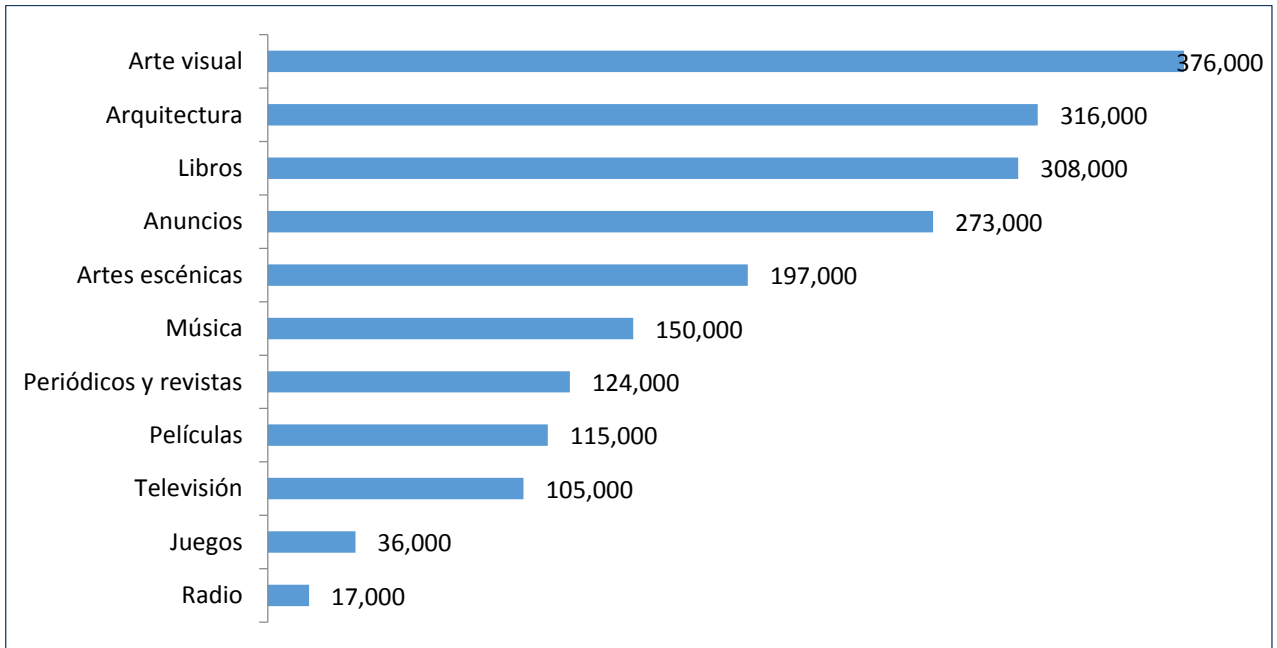


Fuente CISAC

Elaboración propia

Figura 3

América Latina y el Caribe: Puestos de trabajo de las industrias culturales y creativas por subsectores año 2013



Fuente CISAC

Elaboración propia

### África y el Medio Oriente

Ingresos: US\$ 58 billones

Trabajos: 2,4 millones

1,1% del PBI

África y Oriente Medio logran US\$ 58 billones en ingresos (3% del total) y 2,4 millones de empleos (8% del total de puestos de trabajo). La música africana ha sido

fundamental para el desarrollo de la música popular en América del Norte, América del Sur e incluso Europa. En la actualidad, las sociedades africanas contienen riquezas culturales que florecen para aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías y los mercados comerciales. La producción de películas y la visualización están en este momento impulsando el crecimiento del empleo en el sector, con éxitos notables como el crecimiento de “Nollywood” (la industria del cine nigeriano), que ahora se calcula que emplea directamente a 300,000 personas. Sin embargo, el mercado africano está mal estructurado y los bienes culturales son proveídos en gran parte por una economía informal, que se cree emplea a 547,500 personas y genera US\$ 4,2 billones en ingresos.

Como parte de la evaluación global que hace CISAC (2015) del sector de las industrias culturales y creativas, señala que éste es una locomotora de la economía en línea pues contribuyó con US\$ 200 billones a las ventas digitales globales en 2013, impulsando las ventas de dispositivos digitales que totalizaron US\$ 530 billones, y generando US\$ 21,7 billones de ingresos publicitarios para medios en línea y sitios web de transmisión gratuita en ese mismo año. Añade así mismo que el sector contribuye significativamente al empleo juvenil y que las carreras profesionales asociadas son relativamente abiertas a personas de todas las edades y orígenes, con tendencia a favorecer la participación de las mujeres en comparación con las industrias más tradicionales.

Finalmente, llama la atención sobre el impacto de la economía informal en el sector, el cual se constituye en una gran reserva de empleos, precisando que las

ventas informales de productos culturales y creativos en los países emergentes se estimaron en un total de US\$ 33 billones en 2013 y proporcionaron 1,2 millones de trabajos; pero a la vez hace incidencia sobre la necesidad de promover los derechos de autor y recompensar adecuadamente a los autores por el uso de sus obras, a fin de que los éstos sigan creando cultura, promoviendo la diversidad cultural, generando ingresos y empleos.

### **3.3 Contexto nacional**

En el plano nacional, las industrias culturales también van desarrollándose positivamente y su impacto en la economía es cada vez más importante. Tal como señaló el Ministro de Producción del Perú, en el año 2015 las industrias culturales y creativas aportaron entre el 1,6% y 1,8% del PBI nacional. Con la esperanza de que ese aporte ascienda al 5% en el año 2021, la actividad pasó a integrar el Plan Nacional de Diversificación Productiva (El Comercio, 2015a)

Para comprender la evolución de las industrias culturales en el Perú durante los últimos años, es indispensable enmarcar este proceso dentro del contexto de los acontecimientos y los cambios producidos en el país durante la década de 1990, incluidos el fin de la violencia terrorista vivida en todo el país y el control de la hiperinflación que en el año 1990 llegó a superar el 7000%. Este contexto fue modificándose paulatinamente hacia finales de las década de 1990 y los primeros años del nuevo siglo, para posteriormente revertirse y dar lugar a un período de estabilidad

social y expansión económica, con el paréntesis de la crisis financiera durante los años 2008-2009.

“[...] entre los años 2004 y 2013, el Perú registró la menor tasa de inflación promedio (2.9%), y tuvo la mayor reducción de la pobreza monetaria de la región (casi 35 puntos porcentuales). También mostró una de las mayores tasas de crecimiento promedio (6.6%), mientras que en 2013 tuvo uno de los menores ratios de endeudamiento público (19.6% del PBI), así como uno de los más altos ratios de reservas internacionales (32.5% del PBI).” (Ministerio de la Producción, 2012, p. 13).

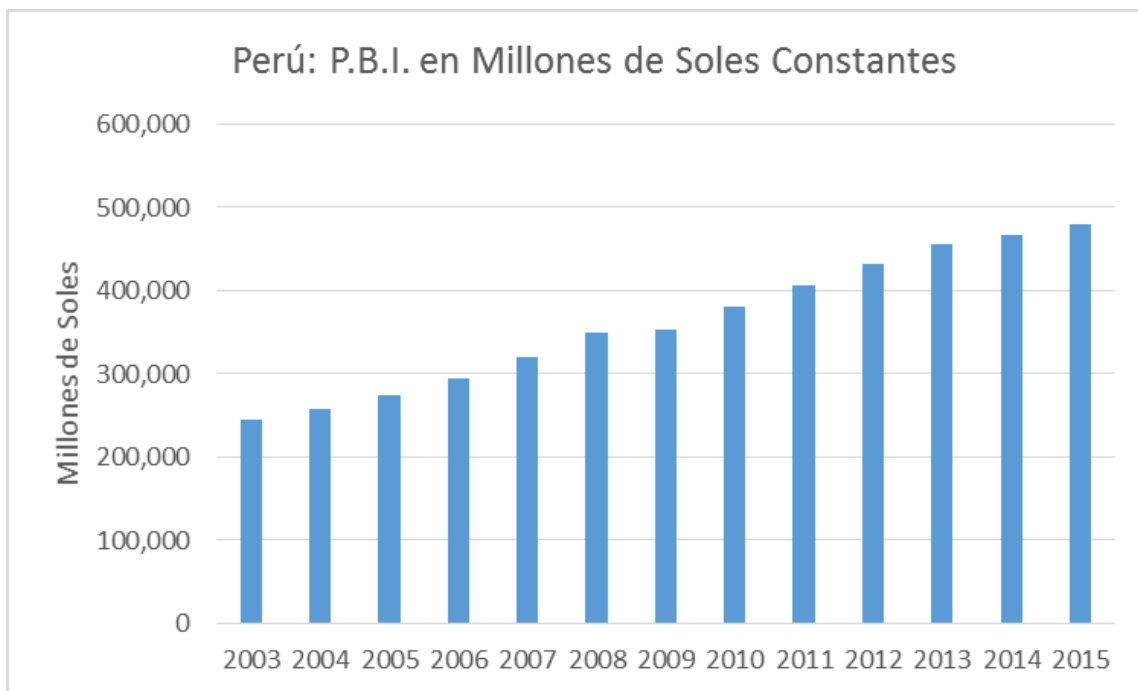
Los indicadores señalados que hicieron posible que el rating crediticio del Perú ascienda hasta el segundo lugar más alto de la región, fueron posibles gracias a un conjunto de circunstancias internas y externas favorables, incluyendo las ya mencionadas, así como el incremento notable de los precios de las materias primas producidas y exportadas por el Perú para satisfacer las demandas de, entre otros, un creciente mercado chino, tales como el cobre (435%), oro (330%) y plata (590%) entre los años 2011 y 2013 (Ministerio de la Producción, 2012).

En términos del Producto Bruto Interno, a continuación se muestra su evolución en el Perú, en el período comprendido en el presente estudio y en el que puede apreciarse una notoria curva ascendente.



Figura 4

Perú: P.B.I. en millones de Soles constantes 2003-2015



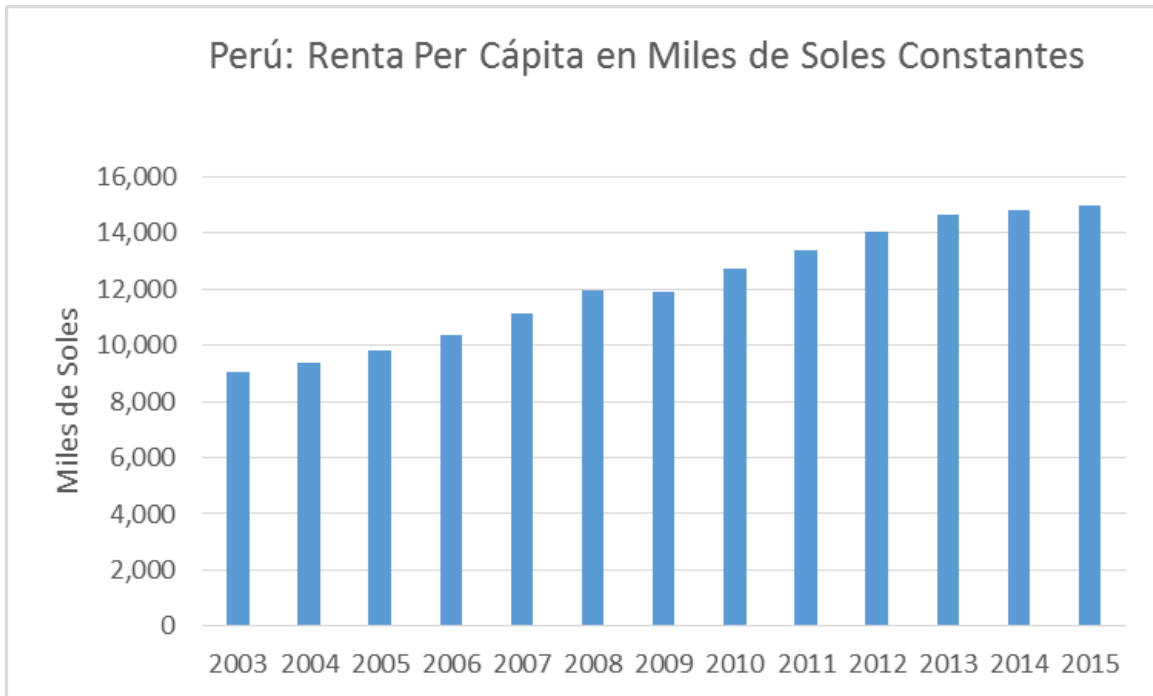
Fuente: OTP

Elaboración propia

La siguiente figura grafica este mismo contexto pero en términos de la renta per cápita, pudiéndose apreciar también un incremento significativo.

Figura 5

Perú: Renta Per Cápita en miles de soles constantes 2003-2015



Fuente: OTP

Elaboración propia

El incremento de la renta per cápita que puede apreciarse en esta figura podría significar consecuentemente un incremento en la capacidad adquisitiva de la población, lo cual a su vez podría significar un incremento en su consumo en general y eventualmente un incremento en su consumo cultural, sin embargo deben tomarse en consideración dos aspectos. En primer lugar, que el efecto distribución puede no ser equitativo, y en segundo lugar, el peso de un sector informal emergente en algunas

economías como la peruana que puede alcanzar proporciones similares a las de los sectores tradicionales (Marsano, 2003.

[...] según datos del INEI al 2014 cerca de la quinta parte, es decir el 19% del PBI oficial de Perú, proviene del sector informal, y según datos de la OIT, al 2014, el 64% de la fuerza laboral peruana trabaja en condiciones informales, convirtiéndose en uno de los países con mayor informalidad laboral en América Latina” (Gestión, 2015a, p.15).

Aun así, pareciera ser, como indican varios estudios, que como efecto del crecimiento acelerado de la economía y de la clase media, la capacidad adquisitiva de la población se vio efectivamente incrementada entre 70% y 80% en un período de 10 años, con una consecuente expansión del consumo a tasas de 9% alrededor del año 2008 (Paredes, 2016), lo cual podría haber tenido un impacto positivo en el consumo cultural y podría ser una de las causas del desempeño del sector en los años materia del presente estudio.

Pero hay también otro factor que debe tomarse en cuenta y que podría también haber favorecido la dinámica del sector de la cultura y de las industrias culturales. Nos referimos al creciente interés del Estado en el sector. Al menos tres son los hechos que evidencian esta realidad.

[...] la creación del Ministerio de Cultura (y de su Dirección General de Industrias Culturales y Artes), así como de la inclusión de la promoción de industrias culturales (específicamente la del audiovisual, la industria editorial, la música y las artes escénicas) como sector vinculado a los ejes del Plan Nacional de Diversificación Productiva, que serán impulsadas por la Comisión Multisectorial Permanente para la Diversificación Productiva. Tampoco puede dejar de considerarse el debate en torno a la Ley sobre el Derecho de Autor y [...] la Ley 28086, Ley de democratización del libro, en el que la vigencia de los beneficios tributarios que contempla, acaban de ser prorrogados por el gobierno y se encuentra pendiente el debate sobre el tema en el Congreso. (Paredes, 2016, p. 182)

De estos últimos, el tema jurídico y la importancia de contar con un marco legal apropiado y promotor, aunque no se han incluido como objeto de estudio en la presente tesis, son fundamentales, tal como lo señala Paredes, citando a Sunkel (2012), Planas (2011), Prieto (2001), Protzel (2007), Rascón (2004) y Silva Santisteban (2007).

### **3.4 Industria editorial**

#### **3.4.1 Evolución cuantitativa**

La publicación del informe El impacto económico de la cultura en Perú se publicó en el año 2004, apenas un año después de la promulgación de la Ley 28086, Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura. Como suele suceder, los efectos de norma no se aprecian a cabalidad sino hasta después de algunos años de su entrada en vigor. En este caso sucede lo mismo y es luego de una década que es posible apreciar su impacto. Como señaló Germán Coronado, Presidente de la Cámara Peruana del Libro, con la promulgación de dicha norma “se dio inicio a una revolución silenciosa. Los libros han estado más cerca de los peruanos en estos últimos 12 años que en las tres décadas precedentes.” (Coronado, 2015, p. 2). La promulgación de esta norma es un factor adicional que debe considerarse en este caso, ya que se suma al contexto de crecimiento económico de los años 2004 a 2013 señalados a lo largo del presente trabajo, en el impacto resultante que puedan haber tenido en la evolución y expansión del subsector.

Un primer dato lo proporciona un informe del Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico publicado en el año 2015, que al hacer una evaluación sobre el desempeño del subsector, señala que en el período comprendido entre los años 2003 y 2015, la producción nacional de libros y productos afines creció en un 200% (tomando en consideración, como se ha señalado, la desaceleración en la tasa de crecimiento de la economía peruana a partir del año 2008). No obstante, el informe es

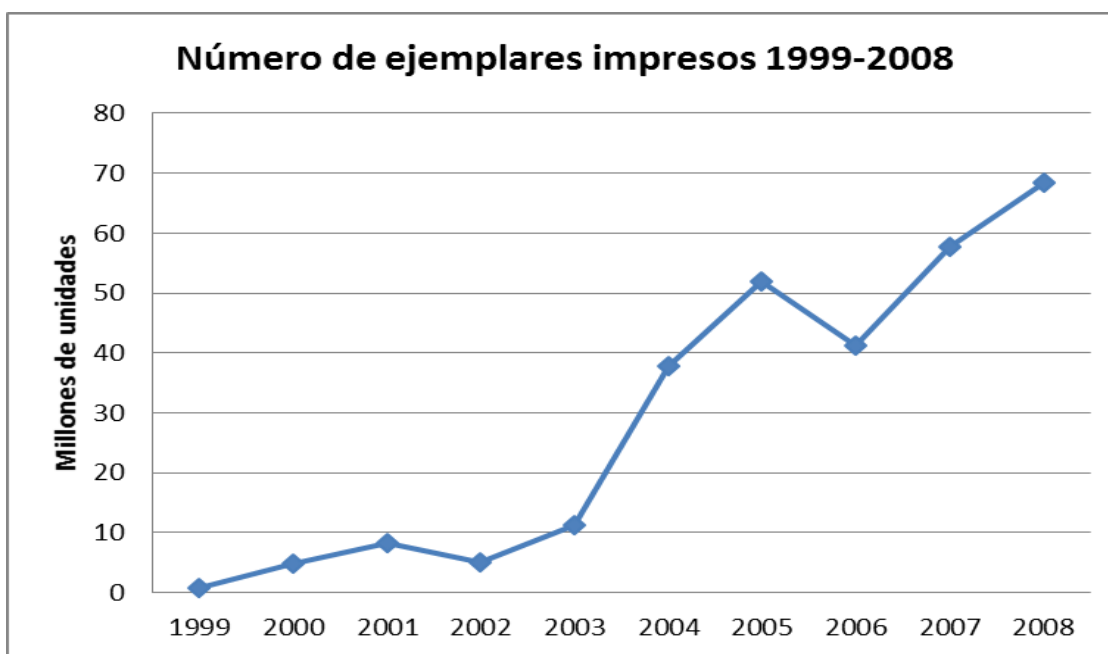
cuidadoso en señalar las diferencias y distancias existentes entre Lima y otras ciudades del país, tema recurrente en el campo de la producción cultural y origen de reclamos permanentes desde estas regiones que hoy en día dan muestra permanente de su gran potencial de desarrollo en diversas áreas productivas. En esta caso, por ejemplo, se señala que en el mismo periodo, aun cuando las regiones de Lambayeque, Junín, Cusco, Arequipa, La Libertad y Puno incrementaron su producción editorial en más de 100 por ciento, su relación con el total de la producción editorial nacional es solo de aproximadamente el 6 por ciento.

La producción de libros impresos es pues una de las principales variables al momento de medir la evolución del subsector editorial. En el caso del Perú, una de las principales fuentes de información para estos fines es la proporcionada por la Cámara Peruana del Libro, la principal asociación gremial peruana de la industria editorial que cuenta con más de 110 socios, incluyendo a editoriales privadas, editoriales universitarias, centros de investigación y documentación, distribuidores de libros, entidades dedicadas a la promoción y difusión del libro y la lectura, entre otras. La Cámara Peruana del Libro reconoce sus propias limitaciones, especialmente debido al peso de la producción bibliográfica informal y al de la piratería o producción ilegal, las cuales escapan al control y a los sistemas de registro formales, pero que en medios como el peruano, atienden a sectores importantes del mercado. Hecha esta salvedad y regresando a la información proporcionada por esta institución, la producción bibliográfica en el Perú entre los años 1999 y 2008, ha pasado de menos de un millón de ejemplares a más de 68 millones. La siguiente figura da cuenta de esta evolución. Cabe resaltar aquí el notable salto dado a partir del año 2003 (salvo por la caída

temporal experimentada alrededor del año 2006), lo cual coincide con el crecimiento paulatino de la economía peruana tal como se ha descrito aquí, y con la promulgación de la Ley 28086, Ley de Democratización del Libro y de Fomento de la Lectura.

Figura 6

Perú: Producción editorial nacional 1999-2008



Fuente: Cámara Peruana del Libro

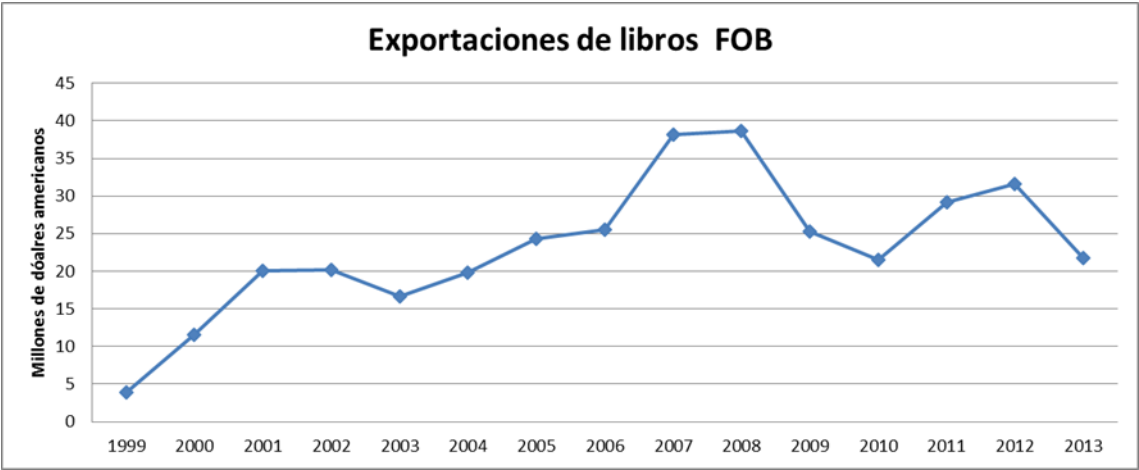
Elaboración propia

Otro indicador relevante para medir la evolución de este subsector es el de la exportación de libros impresos. La figura que se presenta a continuación muestra información procedente tanto de la Cámara Peruana del Libro como del Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe, CERLALC, organismo intergubernamental fundamental en este campo, que bajo el auspicio de la

UNESCO, promueve la región la creación de condiciones para el desarrollo de sociedades lectoras a través del desarrollo de la producción y circulación de libros, de la lectura (y la escritura) y de los derechos de autor; mediante asistencia técnica y divulgación de información especializada.

Figura 7

Perú: Exportación de libros 1999-2013



Fuente: Cámara Peruana del Libro, CERLALC

Elaboración propia

Esta figura, coincidentemente y al igual que la anterior, muestra también un importante repunte alrededor del año 2003, que se extiende hasta el año 2008 cuando casi alcanza los 40 millones de dólares americanos, aunque en este caso puede apreciarse una curva ascendente entre los años 1999 y 2001. Así mismo, puede apreciarse la caída producida después del año 2008 como consecuencia de la crisis financiera internacional que afectó todos los sectores productivos y a la que se hace referencia reiteradamente en este trabajo. El fin de dicha crisis se evidencia con el

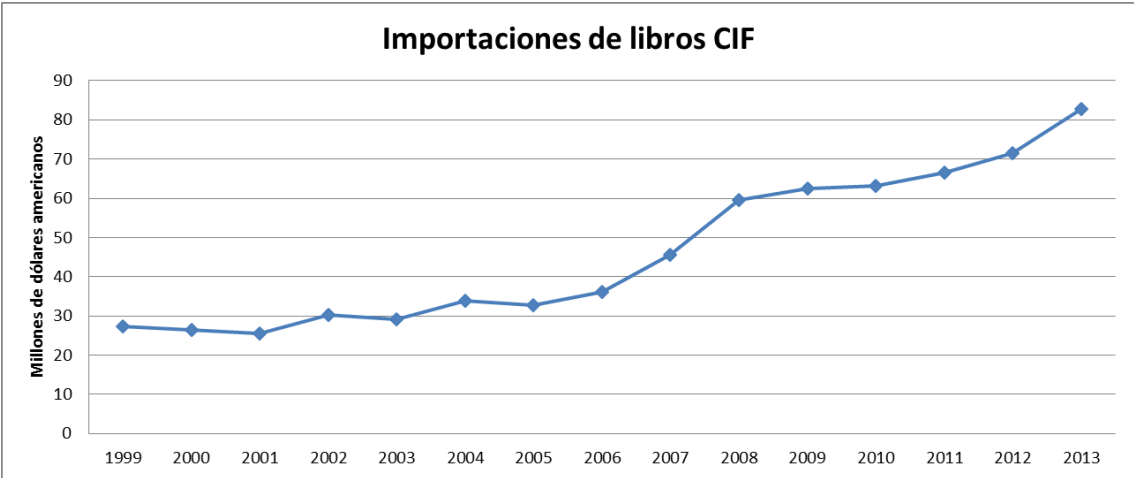


nuevo repunte que se inicia hacia el año 2010 y una posterior caída que desciende hasta alrededor de los 22 millones de dólares americanos en el año 2013 en que concluye el período analizado por esta fuente.

Un tercer indicador tomado en consideración para este subsector es el volumen de importación de libros. En este caso también se ha recurrido a la Cámara Peruana del Libro y a CERLALC para analizar el mismo período comprendido entre los años 1999 y 2013, tal como se aprecia en la siguiente figura.

Figura 8

Perú: Importación de libros 1999-2013



Fuente: Cámara Peruana del Libro, CERLALC

Elaboración propia

En el caso de las importaciones, la tendencia ascendente ha sido constante, superando en el año 2013 los 80 millones de dólares americanos. Nuevamente puede apreciarse un despegue alrededor del año 2003, con una disminución del crecimiento

después del año 2008, para recuperarse nuevamente a partir del año 2010. Cabe resaltar que si se compara esta figura con la correspondiente a las importaciones, podrá apreciarse que la balanza comercial de este subsector alcanzó una paridad alrededor del año 2007, luego del cual mientras se acentuaba la curva ascendente de las importaciones, las exportaciones caían abruptamente sin lograr recuperarse, con lo cual es posible afirmar que el Perú pasó a convertirse en un país netamente importador de libros. Las causas de esta circunstancia pueden analizarse en estudios posteriores pero pueden adelantarse como posible hipótesis, además del menor costo de la edición de libros en el extranjero, el impacto del ingreso de grandes grupos editoriales transnacionales al mercado peruano.

Figura 9

Perú: Número de títulos publicados 2003-2013



Fuente: CERLALC, Universidad del Pacífico

Elaboración propia

El último indicador empleado y que acabamos de mostrar en la figura 9, es el de la cantidad de libros publicados entre los años 2003 y 2013. En este caso, la expansión del subsector también es evidente, triplicándose el número de títulos publicados en el lapso de 10 años. Nuevamente es posible ver aquí una pendiente ascendente desde el año 2003. Así como los efectos de la crisis alrededor del año 2008. Sin embargo resulta ser un dato positivo verificar la tendencia ascendente de la curva que entre otro, revela una cada vez mayor producción y consumo de libros en el Perú. Una de las formas en que esto se evidencia es el permanente incremento en el número de visitantes a la Feria Internacional del Libro de Lima, que organiza cada año la Cámara Peruana del Libro, y que en el año 2017 alcanzó los 547,000 visitantes y 17,6 millones de soles en ventas, ambas cifras records. Igual comportamiento vienen demostrando anualmente otros eventos como la Feria Ricardo Palma de Miraflores o las ferias regionales de Cusco y de Trujillo.

### **3.4.2 Evolución cualitativa**

Como se ha mencionado líneas arriba, todos los indicadores, con excepción de las exportaciones de libros, han mantenido su curva ascendente. Un factor que ha contribuido con esta dinámica y que da cuenta del potencial del mercado consumidor de libros en el Perú, es el ingreso de grandes grupos editoriales transnacionales como Penguin Random House Grupo Editorial, el grupo editorial más grande del mundo (fruto del joint venture de Bertelsmann y Pearson). Entre las ventajas y beneficios del ingreso de estos grupos al Perú se encuentra una mucho mayor variedad de títulos,

ya que están integrados por una diversos sellos editoriales, cada uno con sus características y fines propios pero que comparten los mercados y las cadenas de promoción y distribución. Por otro lado, estas editoriales que cuentan con un inmenso mercado internacional para sus productos, pueden ofrecer sus libros en consignación, de manera que los distribuidores pueden solicitar y ofrecer una mayor variedad de títulos, sin arriesgar su capital en un inventario que luego será difícil realizar. (Paredes, 2016)

Chávarry (2015) explica sin embargo, que no todas son buenas noticias y que el ingreso de estas editoriales son tantos títulos de probado éxito comercial, dificulta el ingreso de autores peruanos noveles, que aún tienen que probar su potencial vendedor antes de hacerse un lugar en el medio y que por lo tanto, en un mercado relativamente pequeño, no son prioritarios para las casas más grandes. No obstante, en este caso, el nicho no atendido por los grupos internacionales representa una oportunidad para las pequeñas editoriales nacionales, algunas de las cuales operan dedicadas a publicar géneros únicos y específicos. Aun así, como señala Haya (2014), las distancias entre ambos modelos son muy grandes, en perjuicio de las últimas, las cuales cuentan con capitales pequeños, realizan menor inversión en promoción y cuentan con estructuras organizativas menos funcionales y especializadas.

Esto contrasta claramente con los grupos editoriales grandes, una de cuyas ventajas más importantes consiste en su capacidad para promover a sus autores con recursos y estrategias que muchas veces exceden las capacidades de las editoriales pequeñas. Esto es especialmente

importante en un contexto en el que la publicidad ha irrumpido en prácticamente todos los espacios de la vida de las personas y el público compra principalmente lo publicitado. (Paredes, 2016, p. 79 – 80)

La transformación del subsector también se ha dado en el campo de la distribución de libros. Un ejemplo de esto que forma parte del fenómeno de empresarialización, ha sido el surgimiento de cadenas de librerías distribuidas a lo largo y ancho de Lima y del territorio peruano, con un modelo de promoción, distribución, servicio y ventas estandarizado, apoyado en una plataforma digital. Llama la atención el caso peruano, en un contexto internacional en el que la venta de libros a través de librerías se viene contrayendo. Una explicación de este fenómeno podría ser el retraso que el mercado editorial peruano representaba, en comparación por ejemplo con sus países vecinos, a los cuales recién en los últimos años se les viene acercando, aunque aún con distancias importantes (Paredes, 2016). En el Perú hay al menos dos de estos casos que presentaremos aquí. En primer lugar está Ibero Librerías que para el año 2013 sumaba siete locales a nivel nacional, incluyendo cinco en Lima y dos en provincias (Huancayo e Ica) y a los que posteriormente sumó un local de 470m<sup>2</sup> en Larcomar , al que presentó como “la librería más grande del país”. (El Comercio, 2013).

El segundo caso es el de Librerías Crisol, grupo dedicado a la venta *retail* de libros y productos editoriales a través de sus 30 librerías. Esta cadena se ha desarrollado siguiendo el modelo de otros sectores que han aprovechado el vertiginoso desarrollo de los centros comerciales en el Perú para su expansión, incluyendo

subsectores de las industrias culturales como es el caso de los cines. Los centros comerciales ofrecen grandes ventajas como por ejemplo un flujo asegurado de personas (clientes potenciales), seguridad y estacionamientos (dos elementos que pesan cada vez más en las decisiones de la población). Sin embargo, este modelo representa también un muy alto costo (12% del valor de las ventas), como señalan Semana Económica (2015) y Paredes (2016).

Una característica adicional del grupo Criso y otro ejemplo de empresarialización, es la diversificación de sus operaciones hacia otros sectores como el editorial, a través de Titanium editores y Crisol Plan Lector. Pero la experiencia de Crisol no se quedó allí, sino que progresivamente fue incursionando en sectores alejados de los libros y las publicaciones. Ejemplo de esto es la adquisición en el año 2015, del 100% de los activos en el Perú de la chilena Lápiz López dedicada a la venta de útiles escolares y de oficina. Las siete tiendas de Lápiz López se sumaron así a las cuatro de Portafolio, marca con la que había incursionado anteriormente el grupo y que es propietaria de la cadena de juguetes Fantasía. De igual manera, incursionó en el rubro del equipamiento deportivo con Invictus. Finalmente, aunque sin mucho éxito, buscó la internacionalización mediante la adquisición de la ecuatoriana LibroExpres (El Comercio, 2015b y Gestión, 2015a).

Como puede apreciarse, ya no se trata de una librería, sino de un grupo empresarial que invierte en diversos sectores en los que encuentra oportunidades de negocio, uno de los cuales es el de los libros. En otras

palabras, el enfoque no se encontraría en la actividad o el producto en sí, sino en su rentabilidad. (Paredes, 2016, p. 80)

En cuanto al público y al consumo, éste también ha variado y se ha ampliado, como puede apreciarse (y como ya se ha señalado) a través de las cifras de la Feria Internacional del Libro de Lima, que en el año 2015 más de 500 mil visitantes, superando los resultados de la popular y exitosa feria gastronómica Mistura (400 mil visitantes). Esto es el reflejo de un crecimiento del sector en 300% en un período de diez años, el aporte de US\$ 2 mil millones a la economía peruana y la generación de más de 25,000 puestos de trabajo formales. (El Comercio, 2015c)

### **3.4.3 Conclusión**

Aun cuando es posible apreciar el desarrollo de la industria en los últimos años, también queda claro que hay numerosos e importantes retos pendientes que no se han considerado en el curso del presente estudio por exceder sus límites, tales como la ampliación del público lector o el combate de uno de los principales enemigos de todos los subsectores de las industrias culturales: la piratería.

No obstante, como puede apreciarse, esta industria ha cobrado vitalidad en los últimos 10 años, impulsada por el influjo de un contexto económico saludable. Por otro lado, la distribución en el sector se ha transformado y ha encontrado nuevas maneras de llegar al público, ya sea a través de cadenas de librerías o, por ejemplo, a través de la inclusión de

supermercados como puntos de venta, aspectos ambos que necesitan ser estudiados para determinar sus dinámicas y el grado de su impacto. Como resultado de esto, la cultura en el Perú ha tenido a su disposición mayores oportunidades de difusión y, aunque queda pendiente la determinación del impacto del sector en el PBI o en el empleo, resulta claro que éste ha sido también positivo. (Paredes, 2016, p. 187)

### **3.5 Radio**

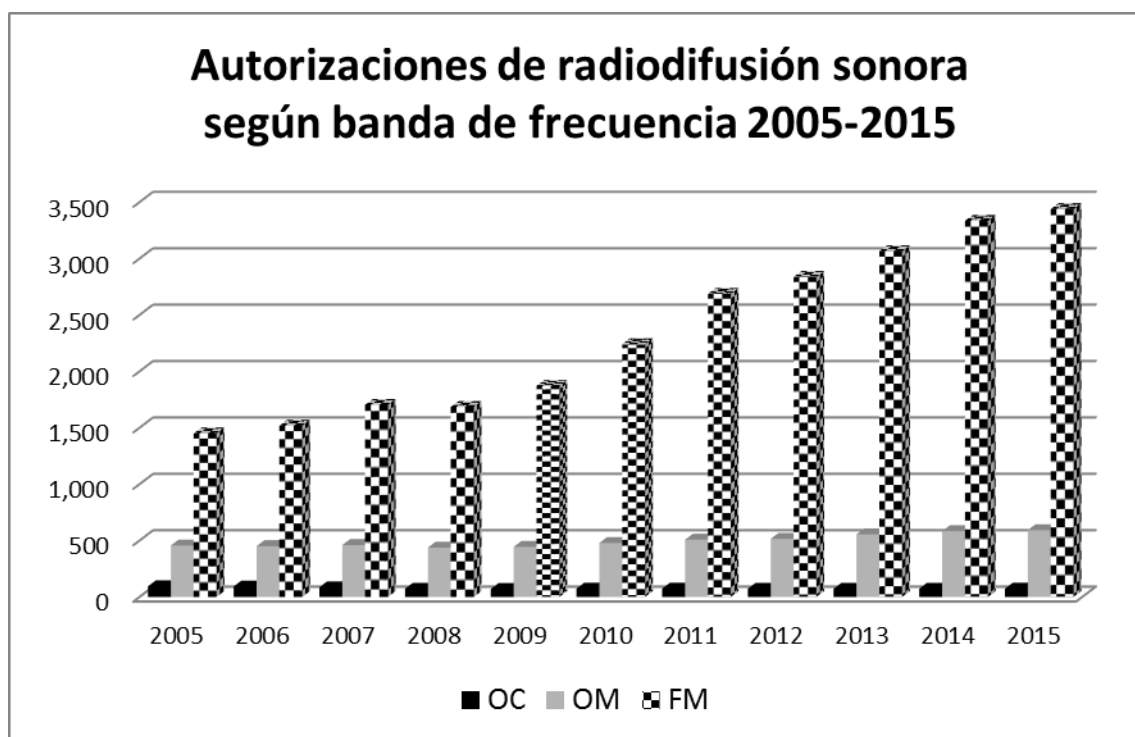
#### **3.5.1 Evolución cuantitativa**

En el Perú, el subsector radial está regido por la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión del Perú, norma que regula no solo esta actividad sino también la televisiva y la gestión del espectro radioeléctrico. Este subsector no se ha quedado atrás en cuanto a su desarrollo en el período comprendido en esta tesis. Uno de los indicadores elegidos para graficar este desarrollo es el número de autorizaciones de radiodifusión otorgadas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, las cuales se grafican en la siguiente figura.



Figura 10

Perú: Autorizaciones de radiodifusión 2005-2015



Fuente: Ministerio de Transportes y Comunicaciones

Elaboración propia

Una primera lectura de esta figura nos muestra que al igual que en los otros sectores, el período comprendido en el presente estudio ha sido uno de rápida expansión, siendo así que en el caso del otorgamiento de licencias de onda corta (OC), onda modulada (OM) y frecuencia modulada (FM), las cifras para el año 2005 eran de 95, 456 y 1450 respectivamente, mientras que para el año 2015, habían alcanzado las 74, 593 y 3,439 respectivamente.

Lo primero que llama la atención al analizar esta información, es la dispar evolución de la radio en el Perú, puesto que mientras el número de autorizaciones para la Frecuencia Modulada ha venido creciendo de manera sostenida, las de la Onda Modulada han tenido solo una muy leve expansión y las de la Onda Corta se han contraído. Este fenómeno no se da por igual en todos los países, por lo que sería útil determinar sus causas. Lo que sí resulta claro es que un factor importante en el desarrollo de la Frecuencia Modulada es la forma en que han venido consolidándose los grupos radiales y la forma en que estos se han adecuado a las necesidades y gustos de las audiencias y de los anunciantes. En este punto es importante resaltar que a diferencia de los otros sectores [...], la radio es gratuita para el público, de manera que sus únicos ingresos provienen de los anunciantes. (Paredes, 2016, 192 – 193)

La información recogida y presentada en el informe *El impacto económico de la cultura en Perú*, mostraba también un desarrollo del subsector en los años precedentes, aunque en menor grado. Por ejemplo, para este mismo indicador, señalaba que entre los años 1900 y 1999, el número de estaciones en OC, OM y FM, pasaron de 144, 145 y 331, a 113, 403 y 909 respectivamente, permitiendo ver aquí también la contracción en el número de estaciones de OC, en oposición a la clara expansión de la OM y especialmente de la FM.

Un segundo indicador que muestra que en los últimos años el panorama de la radio en el Perú ha sido de permanente crecimiento y que la actividad es altamente rentable para los inversionistas, es el precio pagado por las frecuencias radiales en las últimas adjudicaciones realizadas por concurso público en enero del año 2016. En ellas, CRP Medios y Entretenimiento S.A.C. pagó 3,5 millones de soles por una frecuencia en el distrito de San Juan de Lurigancho, mientras que Radio Uno S.A.C. hizo lo propio a cambio de 2,6 millones de soles. (Perú TV Radios, 2016). Solo en ese proceso, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones recaudo cerca de 15 millones de soles por la entrega en concesión de 73 frecuencias de FM. La consultora GFK ofrece un dato que puede explicar el valor comercial de la radio en el Perú cuando señala que el 89% de los peruanos escucha música y que de estos, el 84% lo hace a través de la radio. (Gestión, 2016b).

Un tercer indicador que puede emplearse es el de la evolución de las inversiones publicitarias en radio. La siguiente tabla elaborada por Bardales y otros (2012), ofrece un panorama de la evolución de las inversiones publicitarias en radio en el período 2006 – 2010, según información obtenida de la Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública CPI.

Tabla 5

Perú: Inversiones publicitarias en radio 2006 - 2010

*Evolución de las Inversiones Publicitarias de los Medios a Nivel Nacional*

	2006		2007		2008		2009		2010	
	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%
Televisión	121	41.6	147	42.7	183	44.3	185	44.5	250	48.6
Diarios (1)	68	23.4	75	21.8	85	20.6	83	20	91	17.7
Radio	35	12	39	11.3	47	11.4	49	11.8	61	11.9
Vía Pública (2)	35	12	42	12.2	49	11.9	47	11.3	52	10.1
Cable	15	5.2	19	5.5	22	5.3	24	5.8	27	5.3
Internet	-	-	7	2.1	10	2.4	12	2.9	16	3.1
Revistas	8	2.7	10	2.9	11	2.7	10	2.4	10	1.9
Otros (3)	9	3.1	5	1.5	6	1.4	6	1.3	7	1.4
<b>Total</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>344</b>	<b>100</b>	<b>413</b>	<b>100</b>	<b>416</b>	<b>100</b>	<b>514</b>	<b>100</b>

*Nota.* Estimado a costo real – Tarifa Neta: 2006 – 2010. En Millones de Dólares. Tomado de "Participación de la inversión publicitaria, según medios a nivel nacional - año 2010", por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública (CPI), 2011. Recuperado de <http://www.cpi.com.pe/descargas/Invpub2010.pdf>

Fuente: Bardales y otros, 2012, p. 58

Elaboración: Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública S.A.C.

La tabla muestra, como en casos anteriores, que la evolución de este indicador ha sido positiva (con un incremento del 176% entre los años 2006 y 2010), con una desaceleración luego del año 2008 por la crisis a la que hemos hecho referencia antes, y con una posterior recuperación después del año 2009.

### 3.5.2 Evolución cualitativa

Como se ha señalado en el punto anterior, la medición de las audiencias es fundamental para evaluar el potencial de una estación o programa de radio para atraer anunciantes, ya que permite conocer saber el impacto que puede tener como medio publicitario.

Siendo la medición en el Perú una actividad privada, solo la realizan aquellas estaciones o grupos radiales que pagan por ella. Como resultado de esto, la mayoría de estaciones de radio en el país, especialmente las pequeñas estaciones locales, no miden sus audiencias y por lo tanto no estarían en condiciones de determinar el valor comercial de sus programas con el fin de generar mayores ingresos. (Paredes, 2016, p. 193)

En el Perú, los grupos radiales más importantes se encuentran agrupados en el Comité de Radio, una institución creada para promover el valor de la radio como medio publicitario. Para la presente tesis se entrevistó a su Coordinador, Sr. Daniel Chapell, quien afirma que el panorama del sector en el Perú se divide entre aquellos que miden sus audiencias, y aquellos que no lo hacen, y que esto prácticamente marca una diferencia fundamental entre Lima y algunas de las principales ciudades del país, con el resto del Perú.

En cuanto al proceso de empresarialización del subsector, se encuentra el caso de los grandes grupos radiales que han visto la necesidad de redefinir sus estrategias, mejorar sus capacidades de gestión, entre los que se encuentran Corporación Universal (Exitosa, Karibeña, La Kalle, Z Rock & Pop), Grupo RPP (RPP Noticias, Oxígeno, La Zona, Capital, Corazón, Estudio 92, Felicidad), Panamericana (Panamericana, 1160, Onda Cero) y Corporación Radial del Perú (Ritmo Romántica, La Inolvidable, Moda, Oasis, Radio Mar, Nueva Q, Planeta, Inca, Mágica). La fusión

de estas estaciones ha fortalecido notablemente su capacidad de operación y ha transformado el mercado de publicidad radial, logrando que se pase de US\$28 millones en 1998, a US\$47 millones diez años después (El Comercio, 2014b), llegando en el año 2013 a bordear los US\$80 millones en el año 2013 (El Comercio, 2014c).

Adicionalmente a la diferencia que significa negociar contratos publicitarios como parte de un bloque, la publicidad ha empezado a manejarse en nuevos formatos. Uno de estos casos es el de CRP Medios y Entretenimiento (antes Corporación Radial del Perú, propiedad de la familia Zavala), que tiene el 33% del mercado y que a partir del año 2016 ha empezado a vender publicidad por anuncios en espacios de 30 segundos o menos, en lugar de la fórmula tradicional de la venta por segundos. (Palomino, 2016).

### **3.5.3 Conclusión**

El subsector ha presentado una evolución muy favorable en el período comprendido en el estudio, coincidente con el entorno de crecimiento económico del país. Las empresas que operan en este subsector no solo han aprovechado el entorno para su beneficio, sino que han modernizado y desarrollado su capacidad de gestión. Los empresarios que lo comprendieron, iniciaron un proceso de conformación y de consolidación de grupos radiales poco antes de iniciar el presente siglo, consiguiendo además de lo ya señalado, hacer un uso más eficiente de sus recursos. Quedan sin embargo temas pendientes de solución como la piratería radial o a la falta de medición

de audiencias, ámbitos en los que es indispensable o al menos deseable una mayor y más decidida participación del Estado.

La vitalidad del subsector, pese a las nuevas opciones que ofrece internet o los servicios cada vez más populares de “streaming” como Spotify, se explica entre otros por ser gratuito para su público, por su carácter participativo, su bajo costo de operación y a su gran capacidad de reacción en situaciones de crisis, sino porque en este sub sector aún hay importantes oportunidades de negocio, especialmente en el ámbito urbano y en los que se miden las audiencias (Michelena, 2016).

## **3.6 Cinematografía**

### **3.6.1 Evolución cuantitativa**

De los tres subsectores elegidos para el presente estudio, tal vez el cinematográfico es el que ha tenido la evolución más espectacular. Es importante tener en consideración, además, que el desarrollo de las tecnologías digitales y del internet, auguraban hasta hace relativamente poco, la desaparición o muerte de las actividades comprendidas en estos tres subsectores por razones de obsolescencia, pero la realidad ha resultado ser muy distinta. El caso del cine en el Perú es un buen ejemplo.

No solo el incremento notable en el número de salas de exhibición, sino el número de películas nacionales y sus recaudaciones record han transformado el panorama. Aún hay mucho trabajo pendiente para hacer

de éste un sector fuerte y consolidado, pero las experiencias recientes parecen mostrar que eso es posible. Y aunque es un hecho que la filmación y proyección en formato digital ha abaratado los costos y les ha abierto nuevas oportunidades a los realizadores, hay algunos otros factores que necesitan tomarse en consideración. (Paredes, 2016, p. 187)

El primer indicador al que conviene prestarle atención para comprender la evolución del subsector cinematográfico es el número de salas o pantallas de exhibición. En el caso del Perú, este incremento ha venido unido a la proliferación de complejos multisala.

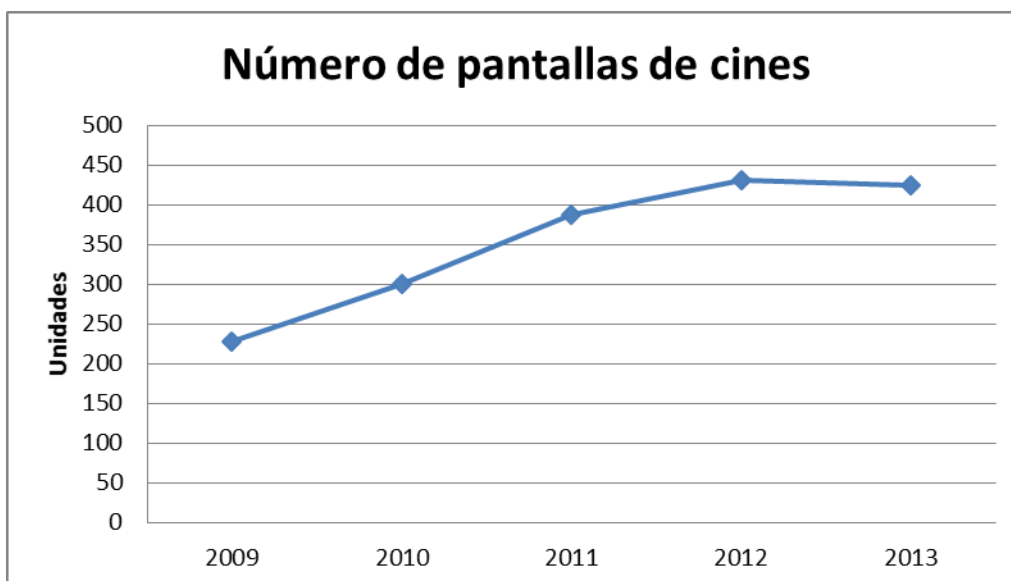
Este fenómeno que empezó en Lima, se viene replicando con éxito en todo el país. Un informe del El Comercio publicado en el año 2014, toma como referencia un estudio elaborado por Mapcity para señalar que en el Perú existían en ese momento 77 complejos de cine pertenecientes a las siguientes ocho cadenas: Cineplanet, Cinemark, Multicines UVK, Cinepolis, Cinerama, Multicines Cine Star, Multicines Movie Time y Multicines Plaza. Este fenómeno ha ido de la mano con la expansión de los centros comerciales, primero en Lima, y luego a lo largo y ancho del país. Algunas proyecciones indican que en el corto plazo ya se estaría contando con 100 complejos, a medida que se vayan inaugurando nuevos centros comerciales en el país. (Paredes, 2016, p. 187 – 188)



La siguiente figura muestra el incremento de pantallas de cine en el Perú entre los años 2009 y 2013. En estos cuatro años, el número de pantallas prácticamente se duplicó, pasando de 227 en el año 2009, a 424 en el año 2013. Como referencia, señalaremos que en *El impacto económico de la cultura en el Perú* se registra que en el año 1988, existían menos de 110 salas de exhibición. Este dato muestra que se necesitaron 30 años más de treinta años para duplicar su número, mientras que en el período graficado, bastaron solo cuatro años para volver a duplicarse.

Figura 11

Perú: Número de pantallas de cine 2009-2013



Fuente: EGEDA

Elaboración propia

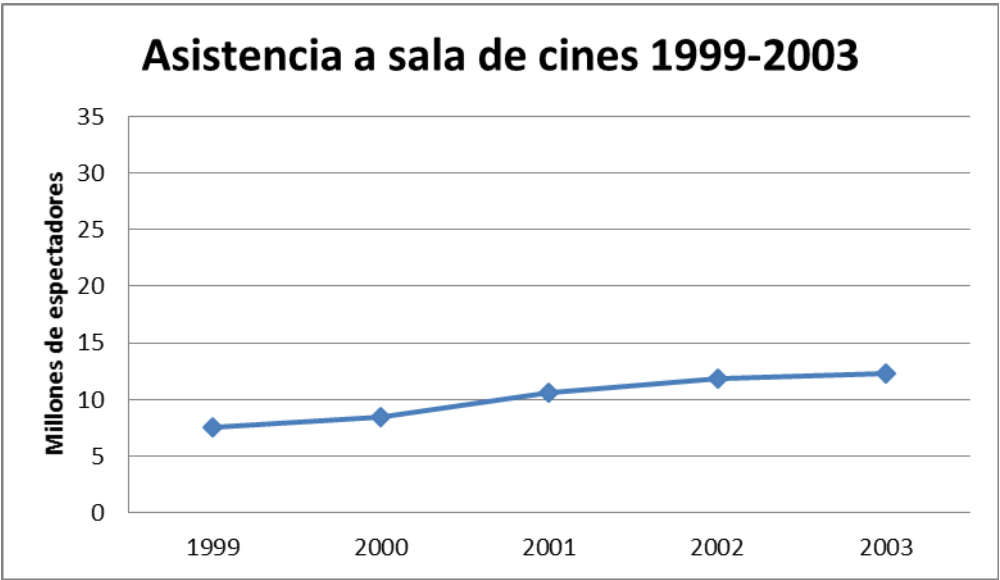
Se espera que en los próximos años esta curva de crecimiento continúe, aunque a un menor ritmo, ante la existencia de zonas desatendidas, pero sobre todo,

porque el cine, en términos de precios, continúa siendo una de las actividades de entretenimiento más accesibles para la población.

El segundo indicador empleado es el del número de asistentes a las salas de cine. La figura que se presenta a continuación recoge información recogida del informe *El impacto económico de la cultura en el Perú* para el período 1999 – 2003.

Figura 12

Perú: Número de asistentes a salas de cine 1999-2003



Fuente: IDI-EAPTH-USMP

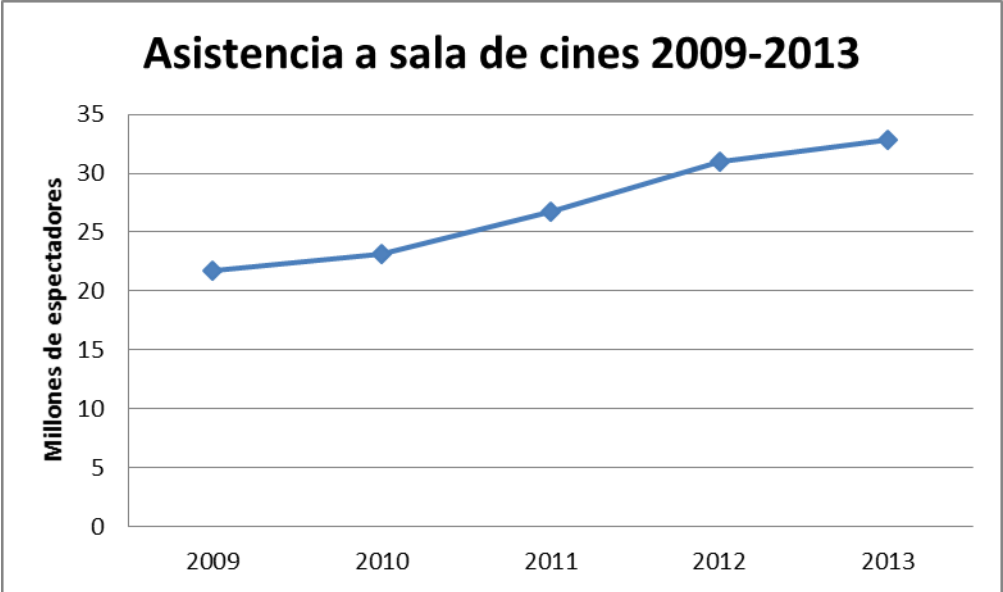
Elaboración propia

La figura muestra una curva ascendente para dicho período de cinco años, superando en el año 2003 los 12 millones de espectadores. Pero como se ve a continuación, en el año 2009, es decir seis años después ésta cifra había llegado a los

21 millones, y en el año 2013, cuatro años después, ya se acercaba a los 33 millones. Aunque no se muestra en la figura, en el año 2014 el número de asistentes había superado los 39 millones.

Figura 13

Perú: Número de asistentes a salas de cine 2009-2013



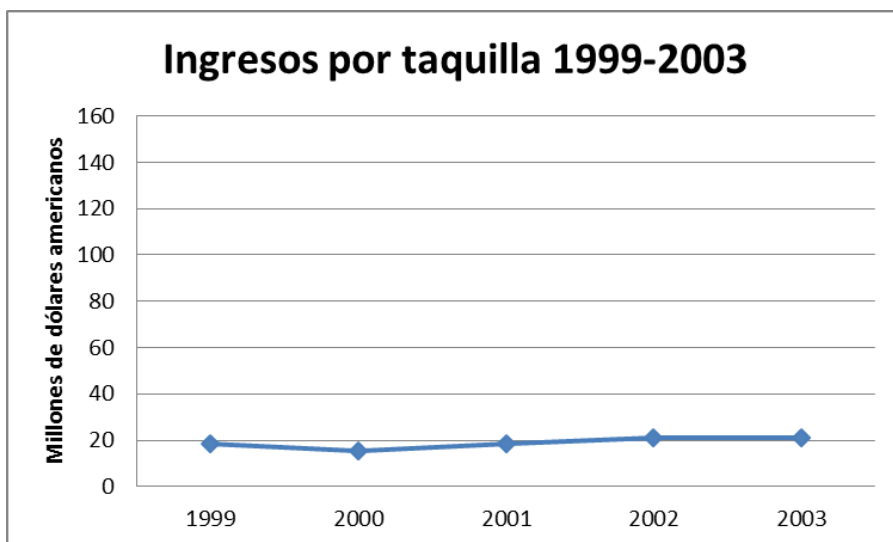
Fuente: EGEDA

Elaboración propia

Un tercer indicador que da cuenta de este proceso de desarrollo del subsector, es el total de ingresos por venta de boletos o taquilla, el cual se muestra en las siguientes figuras.

Figura 14

Perú: Ingresos por taquilla en dólares americanos 1999-2003

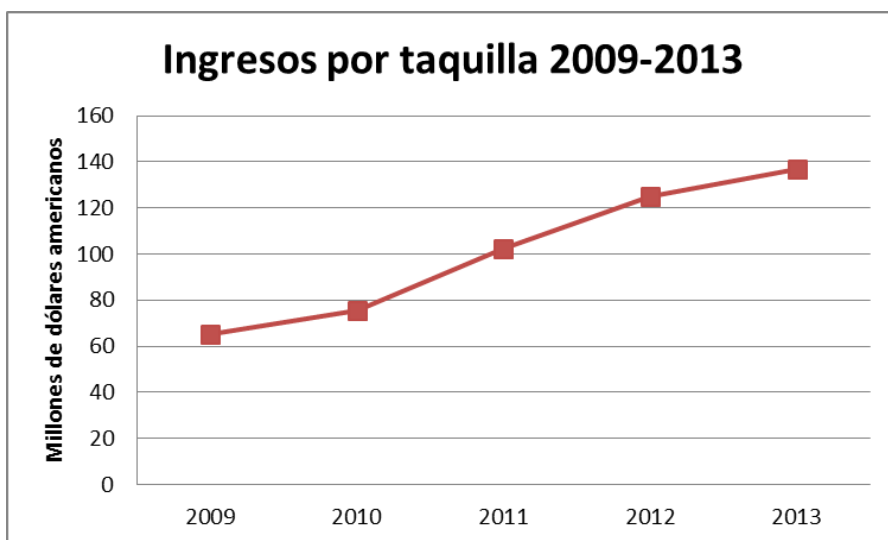


Fuente: IDI-EAPTH-USMP

Elaboración propia

Figura 15

Perú: Ingresos por taquilla en dólares americanos 2009-2013



Fuente: EGEDA

Elaboración propia

Como puede apreciarse en las figuras anteriores, entre los años 1999 y 2003, el valor total de la taquilla creció desde US\$18 millones hasta los US\$21 millones. Para el año 2009, dicha cifra ya excedía los US\$60 millones y el indicador mostraba una marcada curva ascendente que para el año 2013 ya había alcanzado los US\$137 millones.

### **3.6.2 Evolución cualitativa**

Como en los anteriores casos, el espectacular comportamiento del subsector cinematográfico ha requerido de una transformación interna orientada primero a enfrentar los nuevos retos, y en segundo lugar a aprovecharlos para su beneficio, orientándose claramente al mercado dentro del ya mencionado proceso de empresarialización.

El primer ejemplo de esto es la nueva y clara orientación del cine peruano hacia el entretenimiento, en respuesta a los gustos masivos del público.

Esa es una de las razones del boom generado por las comedias y el cine de horror hecho en el Perú. Según cifras de la Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios – DAFO, del Ministerio de Cultura, (s.f), las películas nacionales más taquilleras del año 2013 fueron *¡Asu Mare!*, dirigida por Ricardo Maldonado y que fue vista por el extraordinario número record de 3'037,686 espectadores (la película de

mayor recaudación de taquilla en la historia del cine en el Perú), y *Cementerio General*, dirigida por Dorian Fernández, que sumó 747,115 espectadores. La primera es una comedia y la segunda un film de horror. La misma figura se repitió en el año 2014, aunque con cifras algo más modestas. El número de espectadores que acumuló *A los 40*, película dirigida por Bruno Ascenzo, fue de 1'681,830, mientras que el de *Secreto Matusita* de Fabián Vasteri, fue de 472,500. (Paredes, 2016, p. 191)

También dentro del proceso de empresarialización, los productores han salido a vender sus productos agresivamente, haciendo uso de herramientas del marketing, produciendo “trailers” atractivos, usando de manera intensiva las redes sociales, buscando auspiciadores, entre otros. De esta manera puede entenderse que hoy en día algunas de las principales empresas del Perú como el Banco BBVA Continental o la cervecera Ambev Perú, hayan auspiciado algunas películas que se convierten en vitrinas para la exhibición de sus productos.

Paredes (2016, p. 82), describe esta dinámica recogiendo información publicada en el diario El Comercio.

[...] las productoras han venido trabajando con planes anuales que incluyen varias obras y que pueden vender a sus auspiciadores como un paquete. Tal es el caso, por ejemplo, de Big Bang Films que opera desde el año 2011. Durante el año 2015 produjo dos películas y una obra de teatro que se sumaron a las cuatro películas que ya habían producido

con anterioridad, y para el año 2016 tiene previsto producir tres películas y otra obra de teatro. Según Sandro Ventura, su gerente general, la ampliación de su cartelera les ha permitido negociar con sus auspiciadores, entre los que se encuentran Sony, Lenovo y el banco BBVA Continental. Estos auspicios pueden llegar a cubrir hasta el 50% del valor de una película que en promedio bordea los US\$ 250 mil y que suele exhibirse durante entre tres y cuatro semanas. Estas negociaciones en las que se ofrece un paquete que incluye más de una producción, hacen posible que los auspiciadores participen en más de un proyecto anual. Los recursos para cubrir el otro 50% salen en parte de otras actividades realizadas por la productora, como por ejemplo la elaboración de videos corporativos o el doblaje de películas extranjeras (El Comercio, 2015d).

Otro factor fundamental para entender este proceso, ha sido el surgimiento de los complejos multisala, asociados también a la proliferación de centros comerciales en todo el país (con un efecto similar al ocurrido en el caso de la industria editorial y las librerías), llevando el cine y un producto de calidad, variado y en condiciones de comodidad y seguridad, de acuerdo a estándares internacionales, a públicos que anteriormente no se consideraba atractivos, pero evidenciando también los cambios en las tendencias y en el consumo de diversos sectores de la población. Solo así se explica que en el año 2015, la rentabilidad patrimonial de los cines aumentó de 39% a 59%, mientras la utilidad neta de las 100 empresas “top” que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, se contrajo en 55%, (Gestión, 2016a).

Un último elemento de gran importancia y que muestra la adaptabilidad de este subsector, la venta de boletos “online”, es decir que pueden adquirirse desde computadores o desde los teléfonos celulares a través de una aplicación, haciendo aún más sencillo el consumo de las películas para el público. En el Perú, este servicio lo brindaba la “startup” Cinepapaya, una plataforma de venta de boletos de cine, que lanzó en el año 2015 una ronda de inversión dirigida a fondos de capital de riesgo por US\$10 millones (El Comercio, 2016a). A la fecha, Cinepapaya ha sido adquirida por la internacional Fandango.

### **3.6.3 Conclusión**

El subsector cinematográfico es uno de los que ha demostrado un comportamiento más dinámico y exitoso en el período estudiado, coincidente con el contexto de crecimiento económico del Perú. No obstante, como en los otros casos, esto ha requerido de profundas transformaciones desde las estructuras de las empresas hasta las estrategias comerciales y de distribución, en una clara orientación al mercado y a la gestión profesional y eficiente de los recursos. Entre los temas que quedan pendientes de análisis se encuentran el de si este modelo funciona para todo el cine producido en el Perú, o solo para el comercial y específicamente de Lima. También está el tema de la distribución, que al estar tan enfocada al rendimiento económico, descarta, imposibilita o por lo menos limita la presencia de películas con bajo presupuesto de promoción o de contenido no comercial, obstaculizando su producción y empobreciendo la variedad de películas disponibles para el público.



## **CAPÍTULO IV PROPUESTA PARA EL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ**

Pese a la evolución registrada en los últimos años (tal como se ha puesto de manifiesto en la presente tesis), las industrias culturales en el Perú constituyen un sector que ha logrado un desarrollo parcial en términos de expresión de pluriculturalidad, de producción de contenidos, de alcance de públicos y de consolidación como un sector importante en cuanto a su contribución al PBI y a la generación de empleos. La propuesta que se presenta a continuación, ofrece posibles alternativas orientadas a crear el marco necesario, cerrar las brechas y promover el desarrollo de las industrias culturales en el Perú. Se sugiere que la iniciativa de las mismas parta desde el propio Ministerio de Cultura.

### **4.1 Investigación, marco conceptual, información**

Uno de los principales hallazgos de la presente investigación ha sido la escasez de estudios sobre las industrias culturales en el Perú y sobre cada uno de sus subsectores. Esto trae como consecuencia no solo una ausencia de información actualizada sobre el comportamiento del sector, sino, y tal vez más importante, la

ausencia de un desarrollo conceptual y de un marco teórico nacional, propio de la realidad multiétnica y multicultural del Perú. Por esta razón, los marcos teóricos y las metodologías empleadas por las instituciones públicas y privadas que estudian el sector, copian y se refieren a modelos desarrollados principalmente en Europa y en menor medida a propuestas regionales. Si bien se han dado y se dan algunos esfuerzos en este sentido, no hay una iniciativa sólida desde el Estado. En este aspecto, el Ministerio de Cultura cuenta con la Dirección General de Industrias Culturales y Artes

que es el órgano de línea que tiene a su cargo formular, coordinar, ejecutar y supervisar las políticas, estrategias y acciones orientadas a estimular la creación artística y fomentar la actividad artística en los más diversos campos, así como promover la productividad y competitividad de las industrias que están directamente vinculadas con la creación artística, la producción audiovisual, editorial, fonográfica y de los nuevos medios, así como la distribución de bienes y servicios culturales y que están usualmente protegidas por el derecho de autor. (Ministerio de Cultura, s.f.)

Entre las funciones de esta dirección, se encuentran las de gestionar un “registro de personas naturales y jurídicas que se dedican a actividades relacionadas a las industrias culturales”, y las de “diseñar y mantener un sistema de información cultural para mejorar la toma de decisiones de los actores de interés vinculados a las industrias culturales y a las artes”. (Ministerio de Cultura, s.f.)

En la práctica, el registro y el sistema de información no existen como tales o están incompletos, y la información no se actualiza ni está disponible para todos los interesados en plataformas digitales, de manera que los datos disponibles son los provistos por determinadas instituciones subsectoriales y que se refieren únicamente a su subsector. Si en este aspecto principalmente cuantitativo hay ausencia de esfuerzos de investigación, el problema es más serio en el ámbito cualitativo, debido a la ausencia de investigaciones que analicen e interpreten la poca información existente, y que teoricen sobre la naturaleza, dinámicas e impacto de las industrias culturales en el Perú. En este sentido se hace indispensable priorizar la función de registro y ordenamiento de información a cargo de la Dirección General de Industrias Culturales y Artes del Ministerio de Cultura, dotándola del presupuesto y de los recursos materiales y humanos necesarios para el desarrollo de sus actividades. Una iniciativa que viene desarrollándose en algunos países de la región y que sería de gran importancia, es la creación de un Observatorio de las Industrias Culturales como los que ya existen en Argentina, Brasil, Chile o Colombia. La función de este observatorio que dependería del Ministerio de Cultura, sería la de constituirse en una institución de carácter interdisciplinario, dedicada a obtener, analizar, interpretar, elaborar y difundir información cuantitativa y cualitativa sobre las industrias culturales nacionales, que sea de utilidad para la toma de decisiones de los actores públicos y privados del sector. Para esto, se necesitaría primero el desarrollo de un marco teórico sólido sobre las industrias culturales en el Perú, y de una metodología de trabajo estandarizada, seguido del establecimiento de una red conformada por todos los actores del sector agrupados en gremios, que proveerían información permanente y actualizada. La

información debidamente procesada, pasaría finalmente a un portal digital para estar a disposición de todos los interesados de manera libre y gratuita.

## **4.2 Profesionalización**

Tratándose de un sector relativamente nuevo, aún carece de un aparato educativo suficiente para la formación de profesionales que combinen las capacidades técnicas propias de estas actividades, con las competencias correspondientes en el campo de la gestión. Esto se hace más notorio apenas se sale de la ciudad de Lima, pese a la gran producción cultural que se desarrolla en otras regiones del país. Como se ha visto en el desarrollo del presente estudio, las industrias culturales constituyen una importante fuente generadora de empleo, pero este potencial se vería incrementado con programas de especialización profesional en este campo.

Entre los problemas que es necesario abordar para contribuir con el desarrollo del sector, se encuentran la comunicación y relación asimétrica entre las empresas y profesionales del sector y los agentes financieros; la falta de formación de los profesionales en temas financieros y de diseño de planes de negocio, el desconocimiento sobre la naturaleza jurídica de los bienes intangibles en general y de los bienes culturales en particular; el estudio de casos de gestión de industrias culturales principalmente desde un enfoque económico – financiero, por señalar algunos.

En este contexto, reviste especial urgencia la necesidad de capacitación se en relación a tres elementos fundamentales para las industrias culturales, a saber, la protección de los derechos de autor, el financiamiento de los emprendimientos y la distribución de los productos culturales.

En el primer caso, se trata de dotar a todos los involucrados en la producción cultural, especialmente en el caso de las industrias culturales, de la información legal actualizada que le permita negociar correctamente los contratos en los que intervenga a lo largo del todo el proceso, desde la creación hasta la distribución del producto, más aún en un contexto como el peruano, en el que el índice de informalidad bordea el 70%. En el segundo caso, de que los emprendedores y profesionales del sector conozcan y manejen información sobre las fuentes de financiamiento existentes, su operación y procesos, y sean capaces de elaborar proyectos de negocio sólidamente fundamentados que les permitan solicitar y acceder a dichos recursos financieros. Finalmente, en tercer lugar, que puedan conocer la amplitud de posibilidades de comercialización y difusión de sus productos a nivel nacional y sobre todo internacional. En la medida en que el sector crezca y la demanda lo exija, se espera que las instituciones educativas públicas y privadas tomen la posta, creando y desarrollando cursos y programas completos para la formación de profesionales del sector.

### **4.3 Contenidos**

Un tema central de las industrias culturales es el de sus contenidos. Las industrias culturales, por su potencial de transmitir mensajes accesibles a grandes públicos, constituyen o al menos tienen el potencial para constituir una poderosa herramienta educativa. Todos los estados en el mundo las usan, en mayor o menor medida, para transmitir contenidos alineados con los objetivos nacionales en diversos campos, especialmente en los de educación y cultura (promoción de la diversidad cultural, conservación del patrimonio cultural y natural, promoción de la educación y los valores cívicos), pero también otros como el de salud (salud preventiva, paternidad responsable), o el de seguridad (recomendaciones y avisos de defensa civil, seguridad ciudadana), por ejemplo. En el Perú, éste uso se corresponde principalmente a los contenidos producidos en los canales de televisión, estaciones radiales y medios impresos del Estado. Estos canales cumplen su función, sin embargo, al dedicarse exclusivamente a estos fines, muchas veces no tienen el alcance ni el impacto que tienen otros medios comerciales privados, principalmente en Lima y otros centros urbanos del país.

Una posibilidad para multiplicar este tipo de contenidos, sería la creación de fondos y concursos para premiar a las mejores creaciones que aborden estos temas específicos, mediante propuestas suficientemente atractivas como para ser ofrecidas con éxito a través de medios comerciales. De esta manera, se estaría incentivando entre los privados, la producción de contenidos de interés público, el cual posteriormente competiría en igualdad de condiciones con las propuestas comerciales

regulares, algunas de las cuales son objeto de críticas precisamente por ir en contra de los valores ciudadanos que en este caso se buscaría promover. Así mismo, estos productos podrían pasar a formar parte de los contenidos curriculares de los colegios e instituciones educativas, campo que aún permanece inexplorado. Finalmente, al promover la producción de estos contenidos, se promueve también el sector, con todos los beneficios económicos y sociales que esto acarrea, tal como se ha explicado en otras partes del presente estudio.

#### **4.4 Marco normativo**

La investigación llevada a cabo para la presente tesis revela que es necesario analizar el tratamiento de las industrias culturales en la legislación peruana, en general y de manera específica para cada subsector, con énfasis en las normas sobre derechos de autor, comparándolas con otras normas de la región y vinculándolas a la realidad pluricultural y a la situación actual de la producción y del consumo cultural en el Perú, con el fin de proponer soluciones que atiendan a los vacíos, incongruencias o imprecisiones que pudiesen existir en dicho marco normativo.

Siguiendo a Rodríguez y Montezuma (2004), los derechos de autor en el ámbito de las industrias culturales, constituyen un campo especial dentro del abanico de derechos de la propiedad, no solo porque los costos de producción son altos mientras que los de reproducción son prácticamente cero, sino también por el hecho de que, como señala Morachimo (2012), si bien el autor tiene derechos morales y patrimoniales sobre su creación, la sociedad en su conjunto también tiene una serie de derechos

sobre ella (solicitar libros en una biblioteca, fotocopiarlos para fines de estudio, o disfrutar libremente de la música en una fiesta en nuestros hogares). Esta lista de derechos contemplada en la Ley sobre Derechos de Autor, sin embargo, se encuentra desfasada. Entre otros, por ejemplo, porque existe el derecho a solicitar un libro en una biblioteca pero no a solicitar material audiovisual; o porque por una presunción legal, se obliga a los usuarios a pagar determinados derechos a sociedades de gestión colectiva, aun cuando éstas no representen necesariamente los intereses de los autores de las obras.

Entre las normas vinculadas al presente estudio que requieren de una revisión profunda, además de la Ley sobre el Derecho de Autor (D. Leg. 822) y sus modificatorias, se encuentran la Ley de cinematografía peruana (Ley 26370), la Ley del artista, intérprete y ejecutante (Ley 28131), la Ley de Radio y Televisión (Ley 28278) y la Ley de democratización del libro y de fomento de la lectura (Ley 28086), que contemple un análisis de toda la cadena de valor de cada subsector con el fin de hacerlo competitivo.

#### **4.5 Promoción de la inversión**

Si bien es un hecho que la relación entre la cultura y la economía es cada vez más clara, para una gran mayoría de individuos e instituciones, estos son dos sectores que transitan por vías paralelas. En este sentido, debe considerarse que aun cuando la producción cultural, y por ende las industrias culturales, son actividades que necesitan de recursos y que son generadoras de riqueza y trabajo, son en esencia



actividades que transmiten contenidos y significados, y que por lo tanto constituyen una forma de expresión de los pueblos. Ésta última función es de especial importancia en un país multiétnico y multicultural como el Perú, en el que por razones históricas, económicas y sociales, algunos grupos han ocupado u ocupan posiciones que en el transcurso del tiempo han generado el establecimiento de relaciones asimétricas con los demás, en las que a veces es necesaria la intervención del Estado para garantizar el libre acceso y la igualdad de oportunidades para la creación, producción y difusión de bienes culturales.

Adicionalmente, pese a que las industrias culturales pueden constituirse en actividades generadoras de recursos (lo cual de por sí ya constituye un reto), no necesariamente es éste su objetivo ni en todos los casos lo logran. En este contexto, es fundamental la participación del Estado como ente promotor de la producción y el consumo cultural, ya sea de manera directa a través de premios, subvenciones, exoneraciones tributarias, obras por impuestos (mecenazgo) u otros mecanismos que pueden ponerse a disposición de los creadores y productores, así como de manera indirecta a través de incentivos a las empresas e instituciones privadas que apoyen, promuevan y difundan la producción cultural. En todos los casos, la promoción debe ser descentralizada, es decir que la información y las posibilidades de acceso y de éxito, deben ser equitativas para todo el territorio nacional.

Como en otros casos, más que crear o desarrollar iniciativas nuevas, haría una gran diferencia que el Ministerio de Cultura, a través de su Dirección General de

Industrias Culturales y de Artes, cumpla con las funciones que le competen, que incluyen

Difundir y facilitar información útil y oportuna de alcance nacional para la promoción del consumo de industrias culturales, así como promover, y difundir las manifestaciones en artes en sus diversas expresiones.

Promover la suscripción de convenios de colaboración interinstitucional con entidades públicas y privadas nacionales e internacionales para el fomento y promoción de las industrias culturales, las artes y otras actividades.

Identificar, proponer y coordinar con los órganos y entidades competentes, las iniciativas de proyectos de financiamiento de cooperación nacional e internacional relacionados al ámbito de su competencia. (Ministerio de Cultura, s.f.)

También sería de inmensa utilidad el fortalecimiento del Sistema Nacional de Bibliotecas y la coordinación de iniciativas entre el Ministerio y los gobiernos locales para la promoción de la lectura; el desarrollo de plataformas digitales para el encuentro de creadores, productores y consumidores; y la medición de audiencias por parte de una entidad pública, especialmente en el campo de la radio.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- Reconocido el estado de la cuestión, la complejidad, límites y retos conceptuales, el marco teórico de esta tesis es interdisciplinario y ecléctico. Se fundamenta en una evaluación crítica y selectiva de los estudios sobre las industrias culturales y el consumo cultural a varios niveles: global, América Latina, Región Andina, y Perú. La literatura revisada cubre los estudios culturales y críticos, la economía de la cultura, la antropología cultural, la sociología, el derecho, y la historia, así como estudios realizados por instituciones multilaterales claves como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Convenio Andrés Bello, entre otras.
- El grueso de la literatura producida sobre el tema, así como las teorías y conceptos claves tienen su origen en Europa y Norte América, cuyo núcleo conceptual epistemológico descansa en una visión surgida a partir de la década de 1940, período en el que se promueve a nivel mundial la “Nueva Era” del

desarrollo, el progreso, y la modernización del capitalismo bajo el liderazgo de los Estados Unidos. Este esquema epistemológico unipolar se enfrenta actualmente a otros modelos multipolares que conviene tomar en cuenta para el estudio de realidades multiculturales como la andina y la peruana.

- El desarrollo de la literatura sobre el tema no sigue un proceso homogéneo o uniforme. En los países en los que se han gestado los conceptos asociados a las industrias culturales, la literatura e investigación es más consistente y continua, como se aprecia en los trabajos de universidades, instituciones supranacionales, instituciones gubernamentales y “think tanks”. Las contrapartes en otros países como los de la región andina, no muestran una dinámica similar, cuantitativa ni cualitativamente. En esta misma línea, no se observa una presencia de escuelas independientes de pensamiento latinoamericano que entren en diálogo con sus pares en otras latitudes. Las instituciones estatales, como lo demuestran los países sudamericanos participantes del CAB 1999-2004, no facilitan un enfoque conceptual más flexible y crítico constructivo, tal vez en parte por la existencia de parámetros y obligaciones, internas y externas de tipo político-económico (acuerdos o tratados comerciales), de niveles de capacidad de sus ministerios (p.e. Ministerio de Cultura), de un marco jurídico inadecuado, o de idiosincrasias limitantes.
- En América Latina y sobre el tema en cuestión, uno de los eventos más significativos a la fecha es el proyecto *Economía y Cultura* del Convenio Andrés

Bello, que analiza principalmente el impacto de la cultura en la economía, dejando de lado otros factores y otras dinámicas.

- En cuanto al panorama de las industrias culturales en el Perú durante el período evaluado y considerando los tres subsectores seleccionados, puede afirmarse que ha tenido una evolución importante y muy favorable, que coincide con la coyuntura de desarrollo y crecimiento de la economía del país, mostrando su dinamismo empresarial y su capacidad generadora de recursos y puestos de trabajo. No obstante, más allá de la favorable coyuntura económica, el factor endógeno principal en este proceso ha sido la empresarialización del sector, lo que ha permitido la transformación de sus agentes a través de la orientación al mercado, la gestión profesional y eficiente, la conformación de grandes grupos empresariales y la racionalización de la gestión comercial. No obstante, la continuidad de este proceso de expansión dependerá de la existencia de determinadas condiciones políticas, legales, económicas y sociales, que le den sustento en el largo plazo.
- Considerando su capacidad para transmitir mensajes y contenidos de manera masiva, las industrias culturales pueden constituirse en herramientas poderosas para transmitir las ideas, usos y costumbres, cosmovisiones, tradiciones y lenguas de las distintas comunidades que se desarrollan en todo el territorio peruano, especialmente de aquellas que habitualmente se han visto marginadas. De esta manera, una adecuada gestión de las industrias culturales puede apoyar en la conservación, puesta en valor y difusión del rico y diverso

patrimonio cultural del Perú, especialmente de su patrimonio inmaterial que suele estar en permanente riesgo, contribuyendo de manera decidida a promover un turismo sostenible, en un destino que es netamente cultural.

## **Recomendaciones**

- Dada la importancia del marco teórico sobre industrias culturales, el consumo cultural y la economía de la cultura, se propone desde una perspectiva interdisciplinaria, transdisciplinaria, culturalmente sensible, e intercultural, elaborar y ejecutar proyectos de investigación comparados a varios niveles (teórico, país, región andina).
- Habida cuenta de la diversidad cultural, conceptual y de cosmovisiones presentes en el Perú y en los países de la región, se recomienda trabajar en la construcción de marcos teóricos participativos y culturalmente sensibles que se ajusten a sus respectivos contextos sociales nacionales.
- Promover diálogos, foros, talleres, seminarios y consultas interculturales, locales regionales, nacionales e internacionales, entre los actores claves, para la construcción de los mencionados marcos teóricos, que incluyan además objetivos económicos.

- Promover de manera complementaria la profundización de estudios orientados a determinar el impacto que tiene en la cultura y en la producción cultural no solo la economía, sino diversos factores de tipo social, político o jurídico entre otros.
  
- Trabajar en temas pendientes de vital importancia para el sector, tales como la definición de una política cultural inclusiva desde el Estado basada en información real y actualizada sobre todos los subsectores y ámbitos del quehacer cultural nacional; la creación de un sistema integrado y permanente de recojo de información sobre el sector; la protección de los derechos de autor y la lucha contra la piratería; la formación de capacidades específicas para el sector; la implementación de programas de incentivos financieros y tributarios para la promoción de la producción cultural; y la conformación o en su caso, consolidación de gremios fuertes y bien organizados capaces de constituir un apoyo real a sus asociados, ofrecer propuestas de solución concretas a los problemas de su sector y de transmitir sus necesidades y proyectos al ente rector. En este sentido, el Estado desde el Ministerio de Cultura, tiene la responsabilidad de promover esta dinámica y atender los vacíos no cubiertos por el sector privado, en cumplimiento de las funciones que le corresponden a la Dirección General de Industrias Culturales y Artes.
  
- Desarrollar un programa descentralizado de incentivos desde el Ministerio de Cultura, orientado a la producción de contenidos en las diferentes regiones del Perú, relacionados a su patrimonio cultural, que pueda ser empleado para

contribuir a su conservación y difusión, y para la promoción del turismo interno y de los valores de la sostenibilidad.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

Adorno, T. (1975). Cultural industry reconsidered, *New German Critique*, núm. 6,  
(traducido por Anson G. Rabinbach)

Baldwin, J., Faulkner, S., Hecht, M., and Lindsley, S. (eds). (2006). *Redefining Culture: Perspectives Across the Disciplines*. John R. Baldwin, Sandra L. Faulkner, Michael L. Hecht, Sheryl L. Lindsley (Eds.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Bardales, E. y otros (2012). *Planeamiento estratégico del sector Radio en el Perú*.

Recuperado de

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4584/BARDAL  
ES\\_BENITES\\_CASTA%C3%91EDA\\_RUIZ\\_RADIO\\_PERU.pdf?sequence=1&  
sAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4584/BARDAL<br/>ES_BENITES_CASTA%C3%91EDA_RUIZ_RADIO_PERU.pdf?sequence=1&<br/>sAllowed=y)

Barriga, C. (2014). *Análisis del Mercado de Televisión de Paga en el Perú*.

Recuperado de

<https://www.osiptel.gob.pe/articulo/dt-9-analisis-del-mercado-de-tv-peru>

Barrios, L. (1999). La Escuela de Fancfort y la crisis cultural de nuestro tiempo. En Marcelino Bisbal (Compilador). *Industria Cultural. De la crisis de la sensibilidad a la seducción massmediática* (pp. 15-52). Venezuela: Litterae editores.

Bauman, Z. (2010). *La Cultura como Praxis*. España: Paidós.

Bauman, Z. (2011). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. FCE: México

Bonet, Ll. (2007). *La Economía de la Cultura como disciplina contemporánea*. En Economía de la Cultura. Buenos Aires: Planeamiento Estratégico para Pymes

Buitrago, F., Duque, I. (2013). *La Economía Naranja*. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/3659/La%20economia%20naranja%3a%20Una%20oportunidad%20infinita.pdf?sequence=4>

Busaniche, B. (2011). *Derecho de autor. ¿Quién se beneficia?*. En V. Kors (Coord.), *Derecho de autor en industrias culturales. Alcances de la legislación, protección y nuevas tecnologías*. Recuperado de [http://issuu.com/secretariadecultura/docs/derecho\\_de\\_autor\\_mica2b](http://issuu.com/secretariadecultura/docs/derecho_de_autor_mica2b)

Chávarry, C. (2015). *Nuevos aires en la industria editorial*. Recuperado de <http://blogs.peru21.pe/cronicasmarcianas/2015/04/nuevos-aires-en-la-industria-e.html>

Cámara Peruana del Libro (2013). *El Mercado editorial en el Perú, 2008-2011. Estudio de aproximación a la realidad de la industria del libro*. Lima: Cámara Peruana del Libro.

Centro regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2012). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica. Volumen 1*. Recuperado de [http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/03/LEC\\_I\\_Def.pdf](http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/03/LEC_I_Def.pdf)

Centro regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2012). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica. Volumen 2*. Recuperado de [http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/03/Libro\\_Cifras\\_II.pdf](http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2013/03/Libro_Cifras_II.pdf)

Centro regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2013). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica. Volumen 4*. Recuperado de <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2014/03/4.0-Libro-en-cifras-4-2- semestre-2013.pdf>

- Centro regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (2014). *El libro en cifras. Boletín estadístico del libro en Iberoamérica. Volumen 6*. Recuperado de <http://cerlalc.org/wp-content/uploads/2014/12/El-libro-en-cifras-no.-6-final.pdf>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2004). *Informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo acerca de su 11° período de sesiones*. Recuperado de [http://unctad.org/es/Docs/td412\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/Docs/td412_sp.pdf)
- Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico (2015). *Evaluación económica de la Ley 28086, Ley de Democratización del Libro y Fomento de la Lectura* (documento electrónico). Lima: Universidad del Pacífico.
- Coronado, G. (2015). Construir una ciudad de lectores. *El Dominical* Año 62 N°9, 24 de mayo de 2015. Lima: Empresa Editora El Comercio S.A.
- Daubaraitė y Startienė (2015). *Creative industries impact on national economy in regard to subsector*. Recuperado de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815057626>
- El Comercio (2014). *Sepa dónde están ubicados los 77 complejos de cine del país*. Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/sepa-donde-estan-ubicados-77-complejos-cine-pais-noticia-1746550>

El Comercio (2014). *Cine peruano: ¿Cuál es el futuro de esta industria en el país?*

Recuperado de [http://elcomercio.pe/economia/negocios/cine-peruano-cual-futuro-industria-pais-noticia-1744394?ref=flujo\\_tags\\_32689&ft=nota\\_1&e=titulo?ref=nota\\_economia&ft=mod\\_leatambien&e=titulo](http://elcomercio.pe/economia/negocios/cine-peruano-cual-futuro-industria-pais-noticia-1744394?ref=flujo_tags_32689&ft=nota_1&e=titulo?ref=nota_economia&ft=mod_leatambien&e=titulo)

El Comercio (2014b). *¿De qué manera se intensificó la competencia radial en el Perú?*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/que-manera-se-intensifico-competencia-radial-peru-noticia-1773851>

El Comercio (2014c). *La estrategia de los Capuñay para liderar en telecomunicaciones.*

Recuperado de [http://elcomercio.pe/economia/peru/estrategia-capunay-liderar-telecomunicaciones-noticia-1734985?ref=nota\\_economia&ft=mod\\_leatambien&e=titulo](http://elcomercio.pe/economia/peru/estrategia-capunay-liderar-telecomunicaciones-noticia-1734985?ref=nota_economia&ft=mod_leatambien&e=titulo)

El Comercio (2013). *Ibero abrirá la librería más grande del país en el C.C. Larcomar.*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/ibero-abrira-libreria-mas-grande-pais-c-larcomar-noticia-1604136>

El Comercio (2014). *El mercado ilegal de discos vende US\$600 mlls. cada año.*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/mercado-ilegal-discos-vende-us600-mlls-cada-ano-noticia-1716375>

El Comercio (2015a). *Industrias culturales representarían un 5% del PBI el 2021.*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/industrias-culturales-representarian-5-pbi-2021-noticia-1814774>

El Comercio (2015b). *Grupo Crisol adquirió la cadena de tiendas Lápiz López.*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economia/peru/grupo-crisol-adquirio-cadena-tiendas-lapiz-lopez-noticia-1814190>

El Comercio (2015c). *La ley del libro ha generado un gran impacto en la economía.*

Recuperado de <http://elcomercio.pe/economía/peru/ley-libro-ha-generado-gran-impacto-economia-noticia-1845260>

El Comercio (2015d). *Big Bang films y su explosión de películas.* Recuperado de

<http://larepublica.pe/22-12-2013/big-bang-films-una-explosion-de-peliculas>

El Comercio (2015e). *Entrevista a Eric Jurgensen, Gerente General de América*

*Televisión.* p.16. 14 de setiembre del 2015.

El Comercio (2016a). *Cinemapaya abre ronda puente de US\$750 mil.* Recuperado de

<http://elcomercio.pe/economia/dia-1/startup-peruana-cinemapaya-abre-ronda-puente-us750-mil-noticia-1885870>

El Comercio (2016b). *Perú tiene potencial para convertirse en exportador de*

*contenidos de TV.* p.B2. 29 de enero del 2016.

Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (2014). Panorama Audiovisual Iberoamericano 2014. Recuperado de [http://www.egeda.com/documentos/PANORAMA\\_AUDIOVISUAL\\_IBEROAMERICANO\\_2014\\_300dpi.pdf](http://www.egeda.com/documentos/PANORAMA_AUDIOVISUAL_IBEROAMERICANO_2014_300dpi.pdf)

Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (2013). *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013*. Recuperado de [:http://www.egeda.com/documentos/Panorama\\_Iberomericano\\_2013\\_Final2\\_PRTGD.pdf](http://www.egeda.com/documentos/Panorama_Iberomericano_2013_Final2_PRTGD.pdf)

Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (2013). *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2013*. Recuperado de [http://www.egeda.com/documentos/Panorama\\_Iberomericano\\_2013\\_Final2\\_PRTGD.pdf](http://www.egeda.com/documentos/Panorama_Iberomericano_2013_Final2_PRTGD.pdf)

Entidad de Gestión para los Productores Audiovisuales (2014). Panorama Audiovisual Iberoamericano 2014. Recuperado de <http://www.egeda.com/documentos/>

Escobar, A. (2012). *Encountering Development. The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton University Press.

Esteva, G. (2010). "Desarrollo." Páginas 1-23 En, Wolfgang Sachs (editor), *The Development Dictionary. A Guide To Knowledge as Power*. New York: Zed Books.

Esteva, G., Salvatore J. Babones and Philipp Babczyk. (2013). *The Future of Development. A Radical Manifesto*. Bristol: Policy Press.

Fernández, C. y otros (2007). *Diagnóstico del Derecho de Autor en América Latina*. Bogotá, Colombia: CERLALC.

García, N. (2004). Industrias, Negocios, o Servicio Cambio de agenda en las Industrias Culturales: *Diálogos de la Comunicación*, 70: 6-23.

García, N. y Moneta, C. (1999). (coordinadores). *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana*. Mexico: UNESCO, Grijalbo.

García, N. (2002). *Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos*. Recuperado de [http://www.scm.oas.org/idms\\_public/SPANISH/hist\\_02/cidi00993s02.doc](http://www.scm.oas.org/idms_public/SPANISH/hist_02/cidi00993s02.doc) 2002

Gestión (2015a). *Ceplan: El PBI del sector informal del Perú será de 15% y 6% en el 2030 y 2050*. Recuperado de <http://gestion.pe/economia/ceplan-pbi-sector-informal-peru-15-y-6-2030-y-2050-2145181>



Gestión (2015b). *Grupo Crisol sumará nueve tiendas en marcas de juguetería, deportes y utilería*. Recuperado de <http://gestion.pe/empresas/grupo-crisol-sumara-nueve-tiendas-marcas-jugueteria-deportes-y-utileria-2147825>

Gestión (2015c). *PwC: Industria cinematográfica peruana crecerá 11.3% al año pero la musical caerá 5.3%*. Recuperado de <http://gestion.pe/mercados/pwc-industria-cinematografica-peruana-crecera-113-al-ano-musical-caera-53-2142741>

Gestión (2016a). *Ganancias de 100 mayores empresas de BVL se redujeron 55% en el 2015*. Recuperado de <http://gestion.pe/impresa/ganancias-100-mayores-empresas-bvl-se-reducen-mitad-2148323>

Gestión (2016b). *Oído a la música: el favorito es el huayno*. Recuperado de <http://gestion.pe/tendencias/oido-musica-favorito-huayno-2153165>

Gómez Pellón, E. (s.f.). *Introducción a la antropología social y cultural*. Universidad de Cantabria. Santander. Recuperado de <http://ocw.unican.es/humanidades/introduccion-a-la-antropologia-social-y-cultural/material-de-clase-1/pdf/Tema2-antropologia.pdf>

Haya, J. (2014). *Libros peruanos, contra viento y marea*. Recuperado de [http://redaccion.lamula.pe/2014/04/27/libros-peruanos-contra-viento-y-marea/joseagustin.haya\\_Lamula.pe](http://redaccion.lamula.pe/2014/04/27/libros-peruanos-contra-viento-y-marea/joseagustin.haya_Lamula.pe)

Herrero, C. (2001). *Economía del Patrimonio Histórico*. ICE: Información Comercial Española. N° 792 (junio-julio 2001), pp. 151-168.

Horkheimer, M. y Adorno, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Valladolid: Editorial Trotta.

IMAS. Industrias Culturales: Un recurso para el desarrollo.

<https://imas2009.wordpress.com/modulo-iv-b/industrias-culturales-un-recurso-para-el-desarrollo/>

International Confederation of Societies of Authors and Composers (2015). *Cultural times. The first global map of cultural and creative industries*. Recuperado de [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/\\$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-cultural-times-2015/$FILE/ey-cultural-times-2015.pdf)

Instituto de estadística de la UNESCO (2009). Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO 2009. Montreal: Instituto de estadística de la UNESCO.

Instituto de Investigación de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres (2004). *El impacto económico de la cultura en Perú*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Lieberman, A. (2006). *La revolución del marketing del entretenimiento*. Buenos Aires: Universidad de Palermo / Nobuko.

López, J. "De la Sociedad de la información a la(s) Sociedad(es) del Conocimiento. Vasos comunicantes en el cambio de milenio. 1960 – 2010.

<https://ia902501.us.archive.org/11/items/SociedadInformacion->

[SociedadConocimiento/De%20la%20Sociedad%20de%20la%20Informaci%C3](https://ia902501.us.archive.org/11/items/SociedadInformacion-)

[%B3n%20a%20la%20Sociedad%20del%20Conocimiento%20%20-](https://ia902501.us.archive.org/11/items/SociedadInformacion-)

[%20Jordi%20LOPEZ%20AMAT-%20CC.pdf](https://ia902501.us.archive.org/11/items/SociedadInformacion-)

Marsano, J. (2003). *Economía del Turismo*. Lima: Universidad de san Martín de Porres.

Mastrini, G. (2004). Economía política de las industrias culturales en Argentina: estado de situación tras hegemonía neoliberal: *Diálogos de la Comunicación*, 70: 56-69.

Mastrini, G y Becerra, M. (2007). Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. En: Zer. Revista de Estudios de Comunicación Vol.12, N 22, p. 12-471. Lejona: Universidad del País Vasco.

- Mastrini, G. (2014). *Las Industrias Culturales en la Argentina*. Tesis Doctoral. Memoria para optar el grado de Doctor. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Madrid, España.
- Mato, D. (2007). Todas las industrias son culturales: crítica a la idea de 'industrias culturales' y nuevas posibilidades de investigación". En: *Comunicación y Sociedad*, nueva época, No. 8, p. 131-153. Universidad de Guadalajara- Departamento de Estudios de la Comunicación Social, México
- Michelena, L. (13 de febrero de 2016). *La radio en tiempos de crisis*. El Comercio, p.C3.
- Mignolo, W. (2014). Spirit out of bounds returns to the East: The closing of the social sciences and the opening of independent thoughts: *Current Sociology*, 62:584
- Ministerio de Cultura (2012). *Lineamientos de Política Cultural 2013-2016*. Versión preliminar. Lima: Ministerio de Cultura.
- Ministerio de Cultura (2012). *Catálogo de cine peruano 2013 – 2014*. Recuperado de <http://dafo.cultura.pe/catalogo-de-cine-peruano-2013-2014/>
- Ministerio de Cultura (s.f.). *Industrias Culturales y Artes*. Recuperado de <http://cultura.gob.pe/industriasculturalesartes>

Ministerio de Cultura de Colombia (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Ministerio de Cultura de Colombia (2003). *Economía y Cultura. Una aproximación al impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Ministerio de Educación de Chile, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2003). *Impacto de la cultura en la economía chilena. Participación de algunas actividades culturales en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles*. Bogotá: Convenio Andrés Bello

Ministerio de la Producción (2012). *Plan Nacional de Diversificación Productiva*. Lima: PRODUCE.

Ministerio de Transportes y Comunicaciones (s.f.). *Autorizaciones vigentes de radiodifusión sonora según departamento 2005-2015* (documento electrónico).

Ministerio de la Producción (2012). *Plan Nacional de Diversificación Productiva*. Lima: PRODUCE.

Morachimo, M. (2014). *Interviniendo la Ley Peruana de Derechos de Autor*. Revista Jurídica Thompson Reuters. Año II (63), 9-16. Recuperado de [https://hiperderecho.org/wp-content/uploads/2012/11/morachimo\\_reforma\\_derechos\\_autor.pdf](https://hiperderecho.org/wp-content/uploads/2012/11/morachimo_reforma_derechos_autor.pdf)

Morales, R. y otros (2009). *Contribución Económica de las Industrias Basadas en Derechos de Autor en el Perú*. Lima: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual – OMPI / Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la propiedad Intelectual – INDECOPI.

Morin, E., y Ceruti, M. (2013). *Nuestra Europa. ¿Qué podemos esperar? ¿Qué podemos hacer?* España: Paidós.

Morley, D. (1998). "El posmodernismo: una guía básica." Páginas 85-107. En, Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. (eds). 1998. Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. España: Editorial Paidós.

Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (2012). *Contribución de la gestión colectiva al PBI y al empleo*. Recuperado de <http://odai.org/2012/09/contribucion-de-la-gestion-colectiva-al-pib-y-al-empleo/>

Observatorio Turístico del Perú (s.f.). *Perú: P.B.I. en miles de nuevos soles constantes. Año Base 2007*. Recuperado de <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/pbi.pdf>

Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (s.f.). *Suscriptores por principales empresas a nivel nacional*. Recuperado de <https://www.osiptel.gob.pe/articulo/73-suscriptores-por-principales-empresas-a-nivel-nacional>

Palma, L. A. y Aguado, L.F. (2010). Economía de la Cultura. Una Nueva Area de Especialización de la Economía: *Revista de Economía Institucional* 13(22), 129-165.

Palomino, S. (4 de mayo de 2016). *Entrevista a Sergio Zavala Chocano*. Gestión, p.9  
Recuperado de [PANORAMA AUDIOVISUAL IBEROAMERICANO 2014 300dpi.pdf](#)

Paredes, J. (2016). *Estrategias empresariales de las industrias culturales en contextos de crecimiento económico: Un análisis cualitativo de la evolución de las industrias culturales en el Perú en el período 2005-2015*. En Turismo y Patrimonio, N° 10. Lima. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres.

- Paredes, J. (2016). *Economía y cultura: un camino de dos vías*. En J. Leuridan, J. Calvo, A. Arellano y M. Alegría (Ed.), *Historia y Cultura en el mundo Andino: Homenaje a Henrique Urbano* (p. 177-198). Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Perú TV Radios (2016). *Crece inversión en la industria de la radiodifusión en el Perú*. Recuperado de [https://issuu.com/revistaperutvradios/docs/revista\\_peru\\_tv\\_radios](https://issuu.com/revistaperutvradios/docs/revista_peru_tv_radios)
- Pineda de Alcázar, M. (2008). Las Industrias Culturales en la era digital: *Comunifé* 8(8), 43-63.
- Planas, C. (2011). Los contratos digitales en la era del acceso: la desintegración legal. En: *El copyright en cuestión. Diálogos sobre propiedad intelectual*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Prieto, J. (2001). Derecho a las culturas e industrias culturales. *Economía y Cultura, la tercera cara de la moneda*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Protzel, J. (2007). Remando contra la corriente: La inconclusa construcción del cine peruano. En: *Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.



Rascón, V. (2004). *Legislación y políticas en las industrias culturales de Latinoamérica*. México D.F.: CONACULTA.

Rascón, C. (2009). *Para entender la Economía del Arte*. México D.F.: Nostra Ediciones. Semana Económica (2015). *Crisol: los planes del retail de libros para el 2015*. Recuperado de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/comercio/155056-crisol-los-planes-del-retail-de-libros-para-el-2015/>

Sachs, W. (2010). *The Development Dictionary. A Guide to Knowledge as Power*. New York: Zed Books.

Secretaría de Relaciones Exteriores México, OEI, y CONACULTA. (Eds). (2004). *Industrias culturales y desarrollo sustentable*. Secretaría de Relaciones Exteriores México (SRE), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes México, (CONACULTA), y Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (OEI). México.

Semana Económica (2016). *Televisión abierta: ¿cómo va la competencia por la publicidad?*

Recuperado de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/medios/187305-television-abierta-como-va-la-competencia-por-la-publicidad/>

Silva Santisteban, R. (2007). Fotocopias: Por una política cultural latinoamericana. En: *Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.

Sunkel, G. (2012). El péndulo de la cultura. *Diálogos de la comunicación* N° 74. FELAFACS. Recuperado de <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/74-revista-dialogos-el-pendolo-de-la-cultura.pdf>

Throsby, D. (2012). *Cultura, economía y desarrollo sustentable*. En Cultura y Economía I. Santiago de Chile: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

Tolila, P. (2004). "Industrias Culturales: Datos, Interpretaciones, Enfoques. Un punto de vista Europeo." Páginas 103-113 En, SRE México, OEI, y CONACULTA. (Eds). 2004. *Industrias culturales y desarrollo sustentable*. Secretaria de Relaciones Exteriores México (SRE), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes México, (CONACULTA), y Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (OEI). México.

UNESCO (s.f.). *Sobre definiciones: ¿Qué se entiende por industrias culturales y creativas?* Recuperado de <http://es.unesco.org/creativity/creativity/publications/definiciones-qué-se-entiende-industrias-culturales-y-creativas>

UNSD. International Standard Industrial Classification, ISIC, of All Economic Activities, Rev.3. United Nations Statistics Division. Recuperado de <https://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=2>

Wallerstein, I. (Coordinador). (1996). *Abrir las Ciencias Sociales. Informe de la Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*. México: Siglo XXI Editores, UNAM.

Yúdice, G. (2004). Industrias culturales y desarrollo culturalmente sustentable. En *Industrias culturales y desarrollo sustentable* (pp. 245-281). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2004.

Yúdice, G. (2006). Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. En: Revista Pensar Iberoamérica n.º 10, octubre, pp. 17-23. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI), 2006.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
<p><b>Problema principal</b> ¿Cuál es la situación de las industrias culturales en el Perú y de qué manera pueden desarrollarse considerando las características particulares del país?</p> <p><b>Problema específico 1</b> ¿Cómo ha sido la evolución de las industrias culturales en el Perú en términos cuantitativos y cualitativos durante el período 2005 – 2015?</p>	<p><b>Objetivo principal</b> Identificar, analizar e interpretar las características de la evolución de las industrias culturales en el Perú en el período 2005-2015, marcado por un contexto de crecimiento económico, y formular una propuesta para su desarrollo futuro.</p> <p><b>Objetivo específico 1</b> Describir, analizar e interpretar la evolución en términos cuantitativos y cualitativos de tres subsectores de las industrias culturales en el Perú durante el período 2005 – 2015.</p>	<p><b>Industrias culturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Industria editorial</li> <li>- Radio</li> <li>- Cinematografía</li> </ul>	<p>El estudio sigue un enfoque o paradigma cualitativo de carácter descriptivo que se evidencia no solo a partir del tipo de análisis de la información, sino por el tipo de técnicas empleadas, entre ellas la revisión documental, que incluye además de textos publicados en libros, revistas y diarios impresos y digitales, cifras oficiales y otras producidas por instituciones y asociaciones privadas vinculadas a los subsectores estudiados, así como entrevistas a expertos y a algunos de los representantes de dichos subsectores.</p> <p>El diseño de la investigación es de carácter fenomenológico, de modo que se cuenta con el aporte desde distintas ópticas aplicadas a cada uno de los objetos de estudio.</p> <p>La investigación es de tipo aplicada, ya que se refiere a una realidad</p>

<p><b>Problema específico 2</b> ¿De qué manera se adecua el concepto de “industrias culturales” a la realidad de la actividad cultural en el Perú?</p>	<p><b>Objetivo específico 2</b> Analizar el concepto de “industrias culturales” a la luz de los marcos conceptuales de las entidades rectoras del quehacer cultural a escala global y regional, y determinar su adecuación a la realidad cultural del Perú.</p>		<p>concreta, en la que están claramente definidos y determinados sus alcances en términos geográficos, temporales y en cuanto a los subsectores que comprende.</p>
<p><b>Problema específico 3</b> ¿Qué tipo de propuesta que considere las características pluriculturales y diversas de la realidad peruana puede formularse para contribuir al desarrollo de las industrias culturales y de la sociedad en el Perú?</p>	<p><b>Objetivo específico 3</b> Formular una propuesta multidisciplinaria y multisectorial que considere las características pluriculturales y diversas de la realidad peruana para contribuir al desarrollo de las industrias culturales y de la sociedad en el Perú.</p>		<p>Para el presente estudio se han elegido tres actividades dentro del conjunto de las industrias culturales (industria editorial, cinematografía y radio) en función a la cantidad de información que existe sobre ellas y a que han sido contempladas en estudios anteriores. Este procedimiento de muestreo no probabilístico se aplica también en la elección de las fuentes a las que se ha recurrido y que dependen de cada uno de los subsectores trabajados. El abordaje de tales subsectores y de las fuentes seleccionadas será por conveniencia.</p>

## ANEXO 2: FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

TEMAS (resaltar el que corresponda)	Industrias Culturales Marco Teórico	Industrias Culturales Marco Metodológico	Industria Editorial Cifras	Industria Editorial Estrategias
	<b>Cinematografía</b> Cifras	<b>Cinematografía</b> Estrategias	<b>Radio</b> Cifras	<b>Radio</b> Estrategias
Título documento				
Autor (es)				
Fecha del documento				
Fecha y datos de la fuente y de la obtención de documento				
Otros				
Información a recopilar				