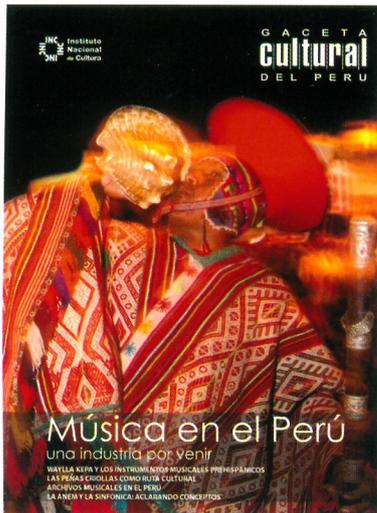


Industrias culturales en el Perú

CIUDADELA INCA DE VILCASHUAMÁN
LA PIRATERÍA EN EL PAÍS
POEMAS INÉDITOS DE BELLI
ARCHIVO FONOGRAFICO BRÜNING



Gaceta Nº 18, abril de 2006.
 Fotografía: Carlos Díaz

Editorial

**Director Nacional
 del Instituto Nacional de Cultura**
 Luis Guillermo Lumbreras Salcedo

Comité Editorial
 Edwin Benavente
 Bertha Vargas
 María Elena Córdova
 Alejandro Falconi
 Alejandra Figueroa
 Diana Guerra
 Ana María Hoyle
 Guadalupe Martínez
 Alvaro Roca Rey
 Gladys Róquez

Dirección
 Diana Guerra

Asesoría
 Guillermo Cortés

Edición
 Enrique Hulerig

Coordinación
 José Carlos Picón

Redacción
 Guillermo Cortés
 Enrique Hulerig
 Evelyn Núñez
 José Carlos Picón

Diseño y diagramación
 Carolina Fung

Fotografía
 Carlos Díaz

Ilustraciones
 Fredy Vivar

Impresión: Gráfica Técnica S.R.L.
 Depósito Legal: 2004-1045

A DOS MESES de culminar la actual gestión, el Instituto Nacional de Cultura viene haciendo un saludable balance de los avances realizados y las dificultades enfrentadas en estos cuatro años. Como parte de este proceso, planteamos para el debate los retos que seguramente enfrentará el ente rector de la cultura en el Perú del próximo lustro.

Atender las necesidades y demandas culturales de una población inmersa en una dinámica cultural cambiante, que forma parte de un país caracterizado por su amplia diversidad cultural, nos enfrenta a la necesidad de reflexionar y proponer una nueva institucionalidad de la cultura. Necesitamos modernizar y volver eficiente la gestión pública de la cultura de manera que esté a la altura de lo que nuestra sociedad exige, y para ello se requiere de voluntad política y de recursos económicos. No es un tema, por tanto, solo de formas. Los esfuerzos no deben limitarse siquiera a reflexionar sobre los alcances del rol del Estado frente a la cultura. Es urgente redefinir en qué áreas debe intervenir y cómo lo hará.

Es un hecho que un país que puede guardar en su territorio quizá más de cien mil sitios arqueológicos, tiene una ardua y difícil tarea de conservación de su patrimonio cultural, que muchas veces puede opacar la atención y recursos que merece la promoción cultural y el fomento de las artes en general. La separación de labores en entes distintos podría equilibrar de alguna forma la intervención que el Estado también debe realizar en estas áreas. En una nueva y modernizada institucionalidad de la cultura, el Estado debe, por ejemplo, favorecer el desarrollo de las industrias culturales, tema que abordamos ampliamente en el presente número de la Gaceta Cultural.

En otros países de la región, que han renovado su mirada a la cultura como servicio público y derecho ciudadano, los Estados están asumiendo un rol activo frente a las industrias culturales: investigan sobre su realidad, realizan diagnósticos y definen qué políticas aplicarán para subsanar las deficiencias encontradas o alentar las situaciones favorables que se estén dando. Este trabajo se traduce en políticas para cada sector, y en la creación de institutos nacionales dedicados al libro, al cine, a la música, que cuentan con fondos especiales para alentar la creación.

Al parecer, modernizar la gestión pública de la cultura pasa por una fórmula que ya ha demostrado resultados positivos en otros lugares: voluntad política, mayores recursos y tecnificación de los profesionales de la cultura.

La Gaceta Cultural del Perú es producida por la Dirección General de Promoción y Difusión Cultural del INC
 Av. Javier Prado 2465 San Borja - Lima 41. Teléfono: 476-9888
 Página web: www.inc.gob.pe Correo: comunicaciones@inc.gob.pe
 Mayo de 2006. Lima - Perú.

"Año de la Consolidación Democrática"



Industria que promueve identidad

Nuestro especial aborda el impacto económico que generan las industrias culturales y su contribución en la promoción de la diversidad cultural.

6

Observando la cultura

Prestigioso historiador Enrique Urbano, hoy especializado en el estudio de las industrias culturales, nos habla de la necesidad de crear organismos que promuevan la cultura en nuestro país.

14

Ejemplo gaucha

Un vistazo a las industrias culturales argentinas. Fernando Arias, del Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires, establece precisiones acerca de la actividad cultural de su ciudad.

18

La piratería en sus trece

Conversación con Martín Moscoso, Jefe de la Oficina de Derecho de Autor de Indecopi, quien le toma pulso a la batalla contra la piratería.

20

Educación mediática

Ante vacío generado por el escaso acceso a los libros, diversas casas periodísticas se animan a distribuir conocimiento a nivel nacional. Aquí sus experiencias.

24

Ciudadela en Vilcashuamán

Uno de los asentamientos más impresionantes de nuestro mapa arqueológico, donde destaca el ushnu y los baños incas.

28

Espacio ritual

Signo del sincretismo, Vilcashuamán o el barrio del halcón, muestra una singular fisonomía en la que impera la superposición de tradiciones.

32

La música que recogió Brüning

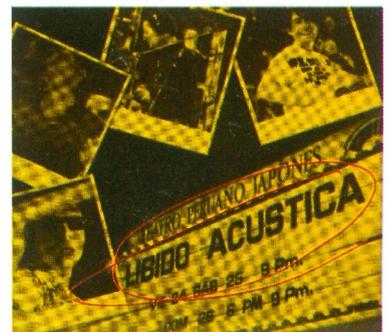
Los registros etnográficos y colecciones de Brüning siguen siendo tema de investigación y de asombro. Uno de estos archivos está dedicado a la música.

34

Belli inédito

Imprescindible poeta Carlos Germán Belli comparte con nosotros tres de sus últimos textos inéditos.

36





El poeta Belli obsequió a los asistentes no sólo la voz de su experiencia sino también algunos textos inéditos.

EN ALABANZA DE BELLI

Carlos Germán Belli, Premio Iberoamericano de Poesía Pablo Neruda y representante de la Generación del 50, presentó el 25 de mayo *Versos reunidos (1970-1982)*, una antología editada por el Fondo Editorial del INC, que reúne tres de sus principales libros *Sextinas* y otros poemas, *En alabanza del bolo alimenticio* y *Canciones* y otros poemas. Frente a un abarrotado y atento auditorio congregado en el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, Belli habló de diversidad de temas, entre ellos sus inicios en el surrealismo, su disciplina en la corrección y la importancia de estar comprometido con su tiempo, además de que leyó tres inéditos de impecable factura. El Director Nacional del INC Luis G. Lumbreras, y los poetas Luis Fernando Chueca, Carlos López Degregori y Elio Vélez acompañaron al autor en la presentación.

MUSEO BRÜNING DE REESTRENO

Siete meses de cierre fueron suficientes para renovar el Museo Nacional de Arqueología y Etnografía Hans Heinrich Brüning, ubicado en Lambayeque. El pasado 11 de mayo fue reinaugurado en presencia del Director Nacional del INC, Luis Guillermo Lumbreras, el Embajador de Alemania Roland Kliesow y el presidente de la región Yehude Simon. El museo contiene ahora salas de exhibición en las que se prioriza el registro etnográfico a través de representaciones de la vida rural a escala natural. Carlos Wester, director del museo, indicó que esto ha sido posible gracias a la inversión de la Embajada de la República Federal Alemania, el Gobierno Regional de Lambayeque y el Instituto Nacional de Cultura (INC).



Museo Brüning

Autoridades y personalidades de la cultura se dieron cita en la reinauguración.

PARA ENTENDER MEJOR LA ARQUEOLOGÍA



Carlos Ausejo

Pocas veces los arqueólogos tienen oportunidad de debatir y actualizar sus conocimientos.

La Dirección de Arqueología del INC realizó la segunda edición del Seminario Taller de Capacitación Programa Qhapaq Ñan 2006, que contó con la participación de arqueólogos llegados de las sedes regionales del INC. El objetivo del seminario fue establecer pautas comunes de trabajo y contribuir a mejorar la comunicación y los proyectos en equipo. Los temas estuvieron referidos al rol social de la arqueología, la cartografía, metodología y procedimientos administrativos. El evento se realizó entre el 22 al 26 de mayo en el Museo de la Nación, contando con la valiosa participación de expositores vinculados al proyecto, entre ellos el propio Director Nacional del INC Luis G. Lumbreras, quien cerró el evento con una charla esclarecedora sobre el compromiso del arqueólogo frente al Qhapaq Ñan.

MEDALLA PARA LA DIVA

En una emotiva ceremonia celebrada el 8 de mayo en el auditorio de la Biblioteca Nacional, el Director Nacional del INC, Luis G. Lumbreras, entregó la Medalla de Honor de la Cultura Peruana, máximo reconocimiento del ente rector de la cultura, a Zoila Augusta Emperatriz Chávvarri del Castillo, Yma Súmac, sorprendente artista peruana de fama mundial que adecuó las posibilidades de la música andina a lenguajes diversos como el jazz y la música caribeña. Estuvieron presentes el Ministro de Educación, Javier Sota Nadal - quien le entregó las Palmas Artísticas-, y el director de la BN, Sinesio López. El charanguista Jaime Guardia puso la cuota nostálgica con un conmovedor yaraví. Lumbreras, finalmente, le entregó a la diva, además del distintivo, un obsequio de parte del INC Cajamarca, tierra natal de nuestra artista.



Carlos Díaz

Una emocionada: Yma Sumac, homenajeadada por el INC y el Ministerio de Educación.

TALLER DE DIRECTORES DE MUSEOS



Archivo MNAHP

La eficacia de la labor de los museos depende de los criterios aplicados por sus gestores.

Con el objetivo de evaluar y discutir avances sobre la investigación y conservación en los museos, el MNAHP convocó a 50 profesionales entre directores y responsables de colecciones, el pasado 19 de mayo. En una jornada de todo un día, los asistentes acordaron aunar esfuerzos, intercambiar experiencias y metodologías y compartir información de los museos. Todos concidieron en la necesidad del trabajar conjuntamente, como una de las vías para fortalecer a los museos como entes de investigación del patrimonio mueble del Perú.

La Municipalidad de Magdalena y el Instituto Nacional de Cultura firmaron el martes 30 de mayo un convenio interinstitucional de colaboración mutua, mediante el cual se comprometen a investigar, proteger y poner en valor el sitio arqueológico Huaca Huantille. Autoridades, personal técnico del INC y vecinos se dieron cita a la ceremonia, saludando la

EN DEFENSA DE LA HUACA

iniciativa. El objetivo principal: garantizar las condiciones técnicas y de seguridad para su acceso al público visitante, nacional y extranjero. Cabe resaltar que uno de los compromisos adquiridos es llevar adelante la labor de concientización y de participación ciudadana para la protección del sitio.

Director Nacional del INC y alcalde de Magdalena del Mar suscribieron, en un acto digno de imitación, un convenio para la protección del patrimonio local.



Carlos Díaz

PIEZAS PERUANAS ESTABAN EN DINAMARCA

Una gran sorpresa se llevó la Policía Nacional de Dinamarca al encontrar 250 piezas prehispanicas peruanas en un operativo en una casa particular de Copenhague.

Esta información fue remitida a la Oficina de Recuperaciones de la Dirección de Defensa del Patrimonio Histórico del INC, la cual ha dado parte a la Cancillería para iniciar los

trámites de repatriación. Según Inge Schjellerup, curadora del Museo Nacional de Dinamarca, nuestro patrimonio fue hallado en una especie de sótano de la vivienda que estaba

acondicionado como un museo. Los objetos peruanos fueron incautados junto a otras piezas de Ecuador, Colombia, México y Costa Rica, las cuales sobrepasaban la cantidad de 900.



Industria de papel. Si bien las industrias culturales en el Perú tienen una marcada incipiencia, hay una continuidad de proyectos. En la foto, rodaje de la película Paloma de papel, uno de los pocos intentos por llevar el cine a los temas del campo.

INDUSTRIAS CULTURALES EN EL PERÚ

La cultura también

El universo de las actividades culturales es muy amplio y en cada uno de los sectores que lo conforman, más allá de los procesos creativos, podemos identificar dinámicas económicas que responden a especificidades propias de la naturaleza de los contenidos, bienes y servicios culturales que generan. De ahí que se haya identificado que un grupo de los sectores culturales forman parte de las "Industrias Culturales", también llamadas "Industrias Creativas"⁽¹⁾. Todas las definiciones hasta ahora esbozadas coinciden en que los sectores incluidos conjugan creación, producción, comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por derechos de autor. A esto podemos añadir que los contenidos fijados sobre soportes tangibles o electrónicos son producidos en serie, tienen circulación masiva y están articulados a lógicas de mercado o potencialmente pueden entrar en ellas.

El sector editorial, sector audiovisual, sector fonográfico, la artesanía, la televisión y radio son incluidos en el con-

cepto de industrias culturales. La definición británica de industrias creativas abarca un conjunto más amplio de actividades que incluye a las industrias culturales además de otras producciones artísticas o culturales relacionadas a las artes escénicas, arquitectura, artes visuales, publicidad, diseño de modas, diseño industrial, diseño gráfico, diseño textil, entre otras.

Más allá de las definiciones se han identificado tendencias globales con relación a estos sectores culturales que integran las industrias culturales⁽²⁾. Entre las más resaltantes encontramos que los bienes y servicios culturales que generan son agentes predominantes en la comunicación social y en la conformación de la esfera pública, circulan por redes transnacionales de comunicación y son recibidos por consumidores masivos. Asimismo, la producción de estos sectores, en la estructura económica generada por la globalización, alcanza un lugar preeminente y estratégico en el conjunto de las actividades vinculadas al crecimiento económico mundial.

Industrias culturales e impacto económico

En los últimos años se ha puesto de manifiesto la importancia económica de la cultura debido al crecimiento sostenido de la inversión económica en este sector, especialmente en las industrias culturales, convirtiéndose así, en algunos países, en un rubro muy importante de su producción, así como de sus exportaciones e importaciones. La industria audiovisual, la editorial, la fonográfica, para citar solo unos ejemplos, han logrado racionalizar sus procesos de producción, incorporar eficientemente las nuevas tecnologías, ampliar mercados y generar públicos. Al mismo tiempo, han generado empleos en los diferentes momentos de las cadenas de producción y distribución de los productos y servicios culturales.

La reproducción en serie y el crecimiento de las oportunidades de acceso gracias a los avances de la ciencia y la tecnología, han creado grandes flujos de productos culturales, cuyo peso se empieza a sentir en variables económicas tan importantes como el Producto Bruto Interno (PBI), dejando en claro que el comportamiento económico de las industrias culturales destaca en el desenvolvimiento de las economías de

(1) En el Reino Unido las industrias creativas han sido definidas como: "aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de trabajos a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual". Otros conceptos utilizados para denominar a estos sectores de la cultura son "industrias comunicacionales", "industrias del contenido" o "industrias de base cultural".
 (2) UNESCO, Informe Mundial sobre Cultura, 2000.



Día del cine. Los peruanos hemos aprendido a celebrar, cada tercer domingo de noviembre, el día del cine, uno de los mayores logros no solo de la lucha contra la piratería sino por constituir un mercado cinematográfico sólido.

aporta al desarrollo

▶ Guillermo Cortés Carcelén
Jefe Secretaría de Relaciones Interinstitucionales
y Cooperación Técnica

muchos países, especialmente en los más desarrollados.

En el caso de Estados Unidos de América el conjunto de la actividad económica del sector cultural, particularmente impulsada por los rubros audiovisual y musical, representa el 6% del PBI, y emplea cerca de 1,5 millones de personas. En varios países europeos como Francia, Inglaterra, Alemania y España, el sector cultural ronda o supera el 3% del PBI; situación similar se presenta en América Latina en los casos de Brasil, México y Argentina. Investigaciones del Convenio Andrés Bello (CAB) han estimado que el aporte de la producción cultural al PBI en Colombia es de 2,08%, en Venezuela de 2,30% y en Chile de 1,90%. El estudio realizado por la Universidad San Martín de Porres, por encargo del CAB, estima que el aporte de la producción cultural en el Perú corresponde al 1,02% del PBI⁽³⁾.

Un reciente estudio publicado por el Instituto de Estadísticas de la UNESCO⁽⁴⁾ estima que el peso económico mundial del sector de las industrias culturales y creativas es de 1,3 billones de dólares y se encuentra en rápida expansión. Asimismo, señala que entre 1994 y 2002 el comercio internacional de bienes cul-

turales pasó de 38.000 millones de dólares a 60.000 millones. Del total de la producción cultural a nivel mundial, solo tres países –Reino Unido, Estados Unidos y China– produjeron el 40% de los bienes culturales comercializados en el mundo en 2002, mientras que América Latina y el Caribe solo representaron 3% del comercio total de bienes culturales.

No cabe duda que las industrias culturales han experimentado en las últimas décadas un crecimiento acelerado, generando un aporte importante a las economías de los países y abarcando mercados nacionales, regionales y mundiales. La experiencia de aquellos países que vienen impulsando con éxito sus industrias culturales demuestra que esos sectores pueden contribuir al desarrollo de la economía, al mismo tiempo que promueven la creatividad cultural y los procesos sociales relacionados a la identidad, la memoria y la participación social.

Industrias culturales y diversidad cultural

Los bienes y servicios culturales generados por las industrias culturales transmiten contenidos simbólicos, crean e intercambian

sentidos y participan activamente en la creación de imaginarios, memorias sociales y mundos de representación con los que interactúan millones de personas en el mundo. De ahí que más allá de la importancia que han cobrado las industrias culturales por su inmenso poder económico, son agentes de primer orden en los procesos de reconocimiento y promoción de la diversidad cultural, la afirmación de identidades y conformación de ciudadanías.

Por eso no sorprende que cada vez más gobiernos reconozcan la importancia de las industrias culturales y hayan comenzado a desarrollar políticas específicas para su promoción con el objetivo de impulsar su crecimiento y expansión, en consideración al papel que juegan en el contexto socioeconómico actual, tanto por su potencial económico como su capacidad para la difusión de la diversidad cultural.

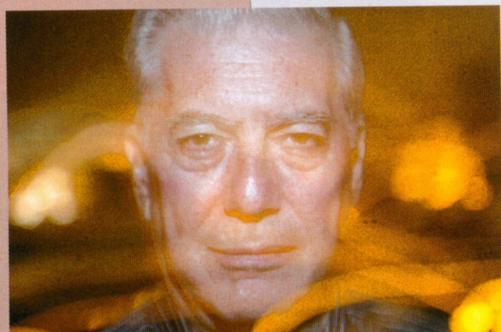
En el informe que sigue a continuación les presentamos una revisión de la situación de las industrias culturales en el Perú, un acercamiento al impacto económico del sector cultural en nuestro país, la mirada y proyecciones de algunos de los sectores más representativos y las líneas de acción que se vienen desarrollando en otros países. ▀

(3) Impacto económico de la cultura en el Perú. Universidad San Martín de Porres - Convenio Andrés Bello. Bogotá, 2005.

(4) International Flows of Selected Cultural Goods and Services, 1994-2003. UNESCO - UIS. Québec, 2005.

Ampliar el mercado del libro

El libro parece ser el producto con mayor oportunidad de desarrollo en una sociedad con sólidas industrias culturales. Pero su vitalidad no solo dependerá de la aparición continua de lectores, escritores y editores sino también del comportamiento consecuente de las autoridades, no solo para obtener leyes en favor del libro sino para hacer desaparecer la piratería bibliográfica.



Industria exitosa. La obra de Vargas Llosa es el mejor ejemplo de que es posible alcanzar la excelencia en el binomio creativo-editorial.

¿Cuál es la situación de la producción del sector al interior del país?

Actualmente, el sector está superando una etapa de recesión causada, de manera fundamental, por la disminución de los hábitos de lectura, producto de una serie de factores internos y externos. Estos problemas nos enfrentan a mercados totalmente distintos en Lima y provincias. La oferta está restringida a Lima y el acceso al libro en el interior del país es limitado. Pero ambos mercados se enfrentan a la oferta de productos "piratas". Inclusive en provincias nos encontramos con mercados totalmente abastecidos de libros piratas.

¿Qué condiciones requiere el sector para ser más competitivo? En ese sentido, ¿qué posibilidades tiene el sector con las nuevas tecnologías?

El rol del Estado como promotor cultural es fundamental. El libro, al ser un bien cultural, requiere políticas que ayuden a ampliar los mercados y además generen eficiencia en la industria editorial. El ingreso de nuevas tecnologías ha hecho posible mejoras en los sistemas productivos, entregando productos a mejor precio. El uso del Internet ha generado lectores que si bien no se debe descuidar, se los debe aproximar a la lectura en medios im-

presos. Otro factor muy importante para ser más competitivos es el de la lucha contra la piratería. La poca o nula intervención del gobierno en este tema ha generado una industria ilegal que crece día a día, en desmedro de la industria formal.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial y cuál el nivel de profesionalización?

Las empresas editoriales son fundamentalmente familiares, aun con el ingreso de grandes empresas editoriales transnacionales. Es por ello que la profesionalización del sector ha crecido muy lentamente, creando fuentes de trabajo eventuales y temporales. En los últimos años se han incrementado los empleos del sector pero en los niveles deseados.

¿Qué medidas de apoyo debería implementar el Estado para el sector? ¿Cuáles son las proyecciones del sector?

Es fundamental mejorar la ley del libro, que se distorsionó con el reglamento. En tres años de vigencia de la ley, muchos de los beneficios para el sector empresarial son inaplicables y muchas de las políticas allí plasmadas no se han implementado por parte del Estado. Aun bajo este panorama, el sector continuará en un proceso de ampliación de mercados. ▲

* Licenciada en administración de empresas de la PUCP. Actual administradora de la Cámara Peruana del Libro.

Minaya: "El uso del Internet ha generado lectores que si bien no se debe descuidar, se los debe aproximar a la lectura en medios impresos."



Carlos Díaz

Vinculando mercado, diseño y tradición

La artesanía es rubro fundamental de nuestras industrias culturales en cuanto es una de las expresiones que mayor cantidad de personas involucra, a veces familias enteras. Su registro es tan variado que se hace muy complicado establecer con precisión sus características y objetivos.



Pinilla: "Estamos desaprovechando una inmensa capacidad productiva y artística que puede y debe ser la base de una fundamental industrial cultural".

¿Cuál es la situación del sector en Lima y el interior del país?

La situación del sector artesanal es la de un diamante en bruto, porque constituye un gran potencial humano y cultural con posibilidades de convertirse en una industria cultural exitosa por la riqueza de la tradición prehispánica y colonial impregnadas en una iconografía original, latentes en las comunidades campesinas del interior del país y en familias ancestrales de artesanos. La especialización productiva de la etapa republicana basada en la exportación de materias primas ha hecho que las artes manuales y la artesanía queden como insignificante refugio de algunas familias que producen piezas para el autoconsumo o para vender a los turistas. Con artículos que no renuevan sus diseños desde hace 40 años, estamos desaprovechando una inmensa capacidad productiva y artística que puede y debe ser la base de una fundamental industrial cultural.

¿Cuál es la relación entre la producción y la demanda en Lima y provincias?

Para cumplir con este objetivo hay que articular las demandas de productos utilitarios y artísticos con la identidad, las capacidades y habilidades productivas y artísticas artesanales. Este nexo entre "mercado y tradición" se logra a través del diálogo intercultural entre diseñadores y artesanos, quienes deben trabajar juntos un promedio de seis meses para lograr los productos que demandan los mercados. La producción artesanal tiene que vincularse a las

demandas dinámicas del mercado tal como siempre ha sido en la historia. Los maravillosos mantos paracas fueron en su momento elaborados para cubrir demandas específicas de uso de sacerdotes en ceremonias religiosas o regalos a foráneos o simplemente para responder la demanda de la población, tal como ahora sucede con "sastres" y "costureras", que producen la vestimenta que cada cliente le solicita.

¿Qué condiciones requiere el sector para ser más competitivo?

Para lograr este gran sueño de hacer de la artesanía peruana una industria cultural, es necesario vincular el mercado, el diseño y la tradición. Mercado: Población con capacidad adquisitiva que consume productos artísticos con identidad. Diseño: Diseñadores de formas y productos que conocen lo que necesita el mercado. Tradición: Conocimiento y técnicas ancestrales que guardan una identidad y personalidad por corresponder a patrones culturales específicos, generando una originalidad.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial y de asociación en el sector?

Se requiere la asociación productiva de los artesanos por línea artesanal. La asistencia técnica en el proceso de producción y acabados, para lograr la calidad de las piezas/productos demandados, y el financiamiento para materias primas e insumos. Hay que producir en base a los pedidos del mercado. La veta de la artesanía peruana es la de

vender identidad innovada utilitaria y artística, vinculada al turismo y posicionamiento del Perú como un país milenario. Debemos potenciar cinco líneas en las cuales tenemos ventajas competitivas en relación al mundo, por contar con materia prima y habilidades manuales. 1) Textil tradicional; es decir, a cintura y a pedal con tintes químicos. 2) Tallado en piedras nativas: Canteras de piedras semipreciosas, empezando por el apreciado mármol, marmolina y otros. 3) Tallado en madera: Variadas especies de madera del bosque amazónico, de altura y de valles. 4) Cerámica: Canteras de arcilla de alta calidad. 5) Imaginería: Tradición colonial de elaboración de santos, artículos religiosos y otros.

¿Qué medidas de apoyo debería implementar el Estado para el sector?

El Estado debe impulsar el potencial artesanal para convertirlo en una industria cultural a través de: A) Concursos y premios a los artesanos y diseñadores que logren articularse al mercado y a las tiendas que tengan mayores niveles de ventas artesanales; B) Articular Demandas Nacionales e Internacionales con asociaciones de productores. C) Talleres itinerantes de creatividad artesanal. D) Financiamiento para materias primas. E) Decoración de todas las oficinas públicas y, especialmente, embajadas con artesanía peruana. ▲

* Asociación Nacional de Institutos de Desarrollo del Sector Informal.

El teatro llega a la plaza

Recientes investigaciones sobre las industrias culturales en el Perú han empezado a considerar las artes escénicas como una de las expresiones culturales con mayor proyección. El caso del legendario grupo de teatro popular Yuyachkani es representativo de una tendencia que, a través de la reelaboración de aspectos de nuestra historia, busca consolidar un espacio más allá del teatro tradicional.

¿Cuál es la situación de la producción de teatral en Lima y el interior?

Las clasificaciones pueden ser arbitrarias y no recoger necesariamente la realidad o realidades de nuestro sector. Es más, pienso que no podríamos hablar de un "sector" sino de varios, diferentes y mezclados. Posiblemente el "sector" más visible es el que se desarrolla en las salas teatrales de Lima, que aparece en las carteleras, que tiene reseñas en las páginas culturales (cuando hay espacio) y, eventualmente, algo que podríamos denominar "crítica especializada", con sus altos y bajos (más bajos que altos). Existen, por otro lado, experiencias escénicas de "otros sectores", que son de carácter más inmediato, performances, intervención de espacios públicos, eventos, etcétera. No realizan una temporada y casi nunca existen para la prensa. Esta convocatoria casi siempre se hace por Inter-

net o de boca a boca. Existen incluso experiencias como el Festival Internacional de Teatro de Calle FITECA, que se realiza todos los años en Comas. Vienen grupos internacionales y se alojan en las casas de vecinos que adecúan sus viviendas para tal fin. En el interior del país la situación es similar.

¿Cuáles son las principales dificultades que se enfrenta al realizar una producción?

En el caso de Yuyachkani creo que somos un híbrido que transita por diversos sectores. Tenemos una sala teatral donde algunas veces hacemos temporadas, aunque también hacemos muchos eventos escénicos fuera de nuestra sala. Tenemos trabajos con todo el grupo pero también de corto reparto. Hacemos eventos pedagógicos, clases, demostraciones de trabajo, etcétera, y viajamos mucho por diversos lugares

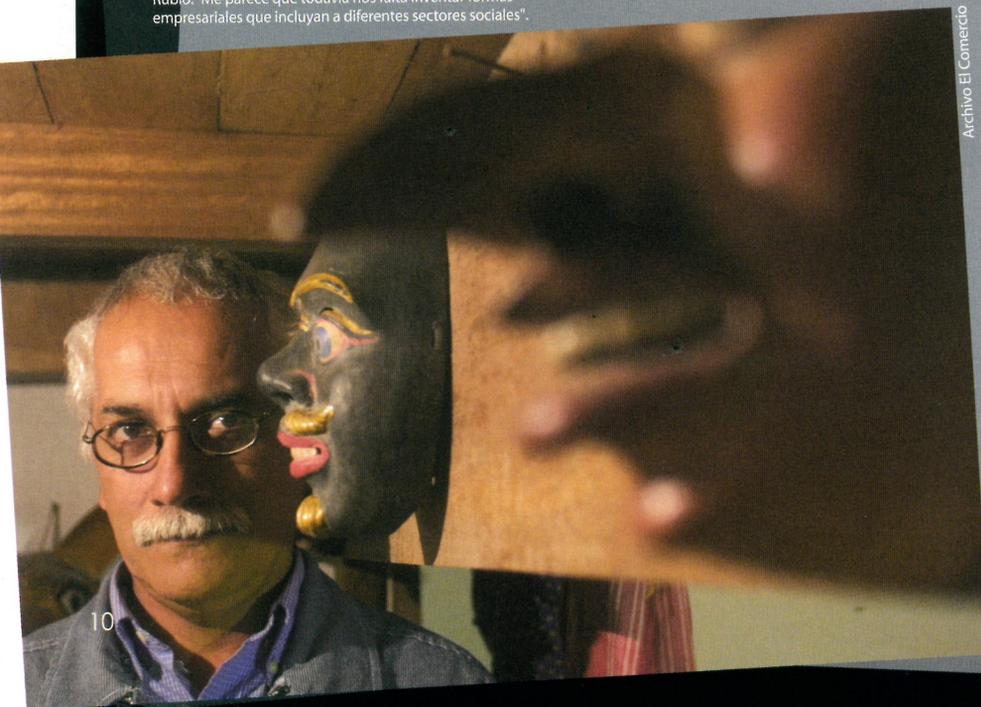
del mundo donde nuestro trabajo es reconocido. A veces pienso que nos conocen más fuera del Perú que aquí (consultemos Internet). Nuestra principal dificultad es no tener los ingresos suficientes que nos pudiesen permitir una estrategia de producción. Al mismo tiempo, me parecería raro tenerla, porque nuestro trabajo creativo lo hacemos todos los días en la sala, y hay un momento en que va apareciendo un espectáculo como resultado de ese proceso de investigación. No me imagino trabajando con la presión del "estreno". Hacemos público nuestro trabajo cuando creemos que algo tenemos que compartir, y lo seguimos trabajando con nuestro público.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial del sector? ¿Cuál es el nivel de asociación?

Pienso que a nivel empresarial hemos aprendido algo en todos los sectores. En este sentido, la formalidad exige resultados concretos y en un tiempo preciso. Esto, por otro lado, determina un óptimo trabajo empresarial, pero al mismo tiempo, me parece que condiciona el resultado, sin embargo, los esfuerzos que hay en este terreno merecen todo mi respeto porque casi siempre implican riesgo y son independientes. Me parece que todavía nos falta inventar formas empresariales que incluyan a diferentes sectores sociales, que se puedan inventar proyectos teatrales por todas partes. En el Perú hay mucho talento y cada vez se siente un mayor nivel de profesionalización en todos los sectores. ▲

Rubio: "Me parece que todavía nos falta inventar formas empresariales que incluyan a diferentes sectores sociales".

Archivo El Comercio



Competitividad con calidad

El cine es una de las expresiones culturales que tradicionalmente más se ha acercado al concepto de industria. En el caso peruano, sin embargo, aún son muchas sus carencias, entre ellas no solo la falta de iniciativa (monetaria y legal) del Estado sino la ausencia de un Fondo que capte recursos y los redistribuya.



Carlos Díaz

Durant: "Para ser más competitivo el cine peruano requiere continuidad de producción".

¿Cuál es la situación del sector cinematográfico en Lima y el interior? ¿Hay en nuestro país relación entre la producción y la demanda?

La situación actual de la cinematografía peruana es bastante crítica, pero para matizar la respuesta diría que no es ni más ni menos crítica de lo que era. Los recursos que el gobierno central transfiere al CONACINE siguen siendo muy reducidos (un millón de soles al año), con los cuales el organismo rector del sector hace imposibles. Para apreciar lo que esto significa hay que mencionar que el cine peruano (como en la mayoría de países del mundo) depende de las ayudas y subsidios que sus estados otorgan. El principal problema sigue siendo económico. En el interior del país la situación se agrava por el centralismo. No existen políticas específicas de incentivo a producciones del interior. La aparición de cinematografías hechas en digital en Ayacucho, Puno y otras ciudades, se realiza a punta de pulmón y sacrificio, sin otra ayuda que el empeño de los propios productores/realizadores.

¿Qué condiciones requiere el sector para ser más competitivo? Y en ese sentido, ¿las nuevas tecnologías ofrecen nuevas posibilidades?

Para ser más competitivo el cine peruano requiere, fundamentalmente, con-

tinuidad de producción. Hay que crecer con cada experiencia. Es muy frecuente que luego de haber hipotecado tus recursos en el primer film, mueras en el intento de la segunda película. Nuestro mercado es muy pequeño y, por tanto, se requiere de ayuda para la distribución y exhibición, con fórmulas innovadoras que no necesariamente tienen que pasar por las conocidas cuotas de pantalla, que ya no funcionan. Los mercados internacionales están duros (a pesar de las múltiples ventanas que se han abierto) y es muy difícil que una película recupere lo invertido. Para ser competitivo hay que hacer películas auténticas y buenas. ¿Cómo se hace? Formando realizadores y dándoles continuidad. Las nuevas tecnologías facilitan la producción, pero no hacen al producto ni más competitivo ni más rentable. A menudo, más bien, incrementan las frustraciones.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial? ¿Cuál el nivel de profesionalización?

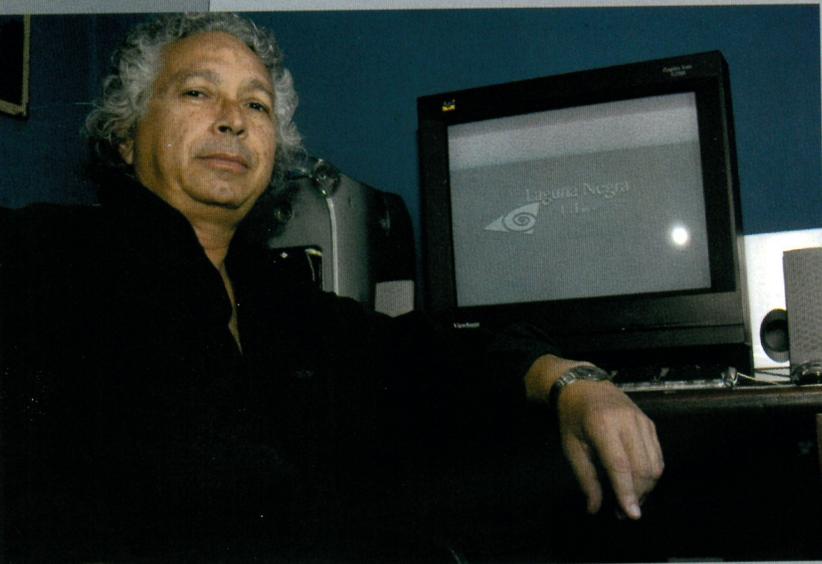
El nivel de organización empresarial y gremial de los profesionales del cine está en crisis, como en todas partes, por muchos factores que ya se conocen. Uno es la crisis intrínseca de nuestra producción. Muy pocos pueden vivir de hacer cine en el Perú. El otro

factor tiene que ver con un fenómeno global impulsado por la posmodernidad y la globalización: pocos creen en el poder de agruparse y han aflorado los valores del individuo solo integrado virtualmente por las vías de la red.

¿Qué medidas de apoyo debería implementar el Estado? ¿Cuáles son las proyecciones del sector?

El Estado debe legislar con políticas de apoyo al sector cinematográfico que incluyan subsidios a la creación, a la producción y a la distribución nacional e internacional. Esta es la única vía, tal como lo demuestran las experiencias de países de la región que son exitosos en este aspecto. Creo, además, importante señalar que los fondos también deben salir de la propia actividad cinematográfica. Es decir, el cine debe financiar el cine. Pueden generarse recursos para el cine peruano con el impuesto del 10 % a la taquilla (que actualmente va a los municipios), con un impuesto a la publicidad en televisión o con un impuesto a los suscriptores de cable. Cualquiera de estas variables puede cambiar la historia del cine peruano. Pero para ello se requiere de un compromiso político de nuestros gobernantes. Sin ello seguiremos lamentándonos y arando en el mar de las ilusiones. ▽

En la era de la revolución digital



Carlos Díaz

La industria audiovisual se ha dado maña para no permanecer inmóvil frente a sus problemas, entre ellos quizás el más difícil sea la ausencia de un marco legal adecuado.

Delgado: "Es necesario un nuevo marco legal, tanto en producción como en distribución y exhibición".

agrupa productores de largometrajes. La SPIA ha impulsado la fundación de una sociedad de gestión de derechos patrimoniales, la Sociedad Peruana Audiovisual. A nivel sindical no existen organizaciones. Desde la SPIA se va a impulsar también la formación de un Colegio profesional hasta hoy inexistente.

¿Cuál es el nivel de profesionalización?

Ha aumentado y en forma descentralizada. Cualitativamente, deja mucho que desear, pues se incide mucho en el aspecto técnico, en tanto la formación humanística y social está dejada de lado, lo que provoca un medio profesional con muy bajo nivel cultural y desconocimiento de la realidad del país.

¿Cómo se caracteriza el empleo en el sector?

El nivel de empleo es aún precario y mal remunerado, salvo en el sector de la publicidad. Existen muchas microempresas, casi personales, con la consecuente autoexplotación.

¿Qué medidas de apoyo debería implementar el Estado para el sector?

Se necesita una investigación, efectuada desde el MEF, acerca de la industria y el mercado audiovisual; luego una Ley de Promoción de la Industria Audiovisual. En segundo lugar, la creación de minicines municipales y de un canal del Estado descentralizado, que no produzca, sino que licite su programación.

¿Cuáles son las proyecciones del sector?

El desarrollo del audiovisual pasa por la digitalización de la industria. Se debe hacer de Lima una sede regional de la industria audiovisual. ◀

¿Cuál es la situación del sector? ¿Cuáles sus principales dificultades?

La industria audiovisual es un sector de pymes que, a pesar de la importancia que tiene para el desarrollo nacional, no tiene el reconocimiento debido por parte del Estado y los demás sectores empresariales. La principal dificultad que se tiene es la de no tener una Ley de Promoción de la Industria Audiovisual.

¿Cuál es la situación de la producción al interior del país?

Ahora, con la revolución digital, se ha optimizado la producción local. Además, gracias a la creación de nuevas universidades de comunicación audiovisual, con profesores calificados, muchos de ellos llegando semanalmente desde Lima, se está produciendo un "cine provinciano" de gran éxito comercial y de gran importancia cultural.

¿Cuál es la relación entre la producción y la demanda en Lima y provincias?

El cine depende de las posibilidades que le den las transnacionales que dominan el mercado nacional, ya que no tenemos una ley que defienda nuestro derecho a la pantalla a través del sistema de cuotas. Otra alternativa

pasa por apoyar la red independiente de cines digitales, en los cuales el Estado, a través de los municipios, podría tener un rol fundamental. El canal del Estado debería ser un difusor de la producción. La piratería cubre gran parte de la demanda interior.

¿Qué condiciones requiere el sector para ser más competitivo? ¿Qué posibilidades tiene el sector tomando en cuenta las nuevas tecnologías?

La competitividad pasa por la calidad realizativa, la tecnología y el acceso a la exhibición. La calidad profesional existe, pero el mejoramiento tecnológico depende de las condiciones que ofrezca el Estado con leyes en esa dirección. Las nuevas tecnologías son un verdadero impulso, pero para ello es necesario un nuevo marco legal, tanto en producción como en distribución y exhibición.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial y el nivel de asociación en el sector?

La organización empresarial es aún incipiente pero existen la Sociedad Peruana de la Industria Audiovisual (SPIA), que busca representar la pluralidad empresarial, y la Asociación de Productores Cinematográficos del Perú (APCP), que

Sobrevivientes de la crisis fonográfica

La crisis de la industria discográfica en nuestro país ha generado diversas maneras de enfrentar la producción. Establecer un diagnóstico de la situación se hace indispensable. Aquí se intenta uno.

¿Cuál es la situación del sector fonográfico?

La idea de que las casas discográficas deberían ser las que generen el proceso productivo fonográfico se ha quebrado en nuestro país. Actualmente la producción discográfica surge de diversas fuentes y tiene características variadas. Tenemos producciones gestadas por artistas independizados de las casas discográficas, gerenciando muchas veces todos los niveles de la actividad fonográfica, muy ligados a estructuras de participación familiar o con lazos de arraigo provincial. También están los pequeños y medianos sellos independientes con estructuras clásicas: oficinas de gerencia, empleados en maqueteo, almacenaje, distribución, y en algunos casos estudios de grabación; los pequeños sellos con estructuras reducidas, que realizan su labor a través de la contratación de servicios de otras empresas, como estudios de grabación, imprentas, fábricas de discos y multicopiado y agentes distribuidores. Todos estos agentes productivos son los sobrevivientes de la crisis fonográfica, generada por los diezmados niveles adquisitivos del público consumidor y el fenómeno de la piratería.

¿Cuál es la situación al interior del país?

La presencia de las transnacionales se ha limitado a tener oficinas de representación pero no producen proyectos nacionales. En medio de esta aparente dificultad, los peruanos nos hemos arreglado para seguir en actividad y, paradójicamente, la proliferación de proyectos musicales editados se da como nunca antes. Cada vez son más los proyectos y los niveles de ventas han mejorado.

¿Qué condiciones requiere el sector para ser más competitivo?

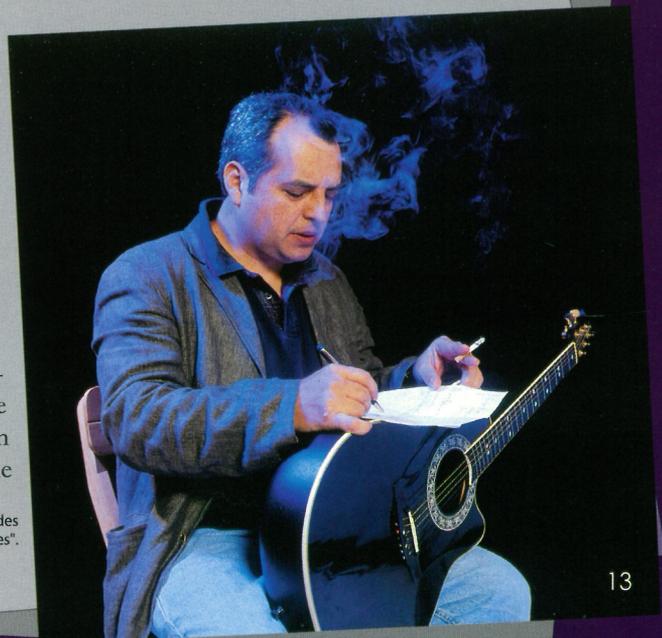
La proliferación de estudios de grabación y recursos de impresión gráfica nos permiten una sana competencia que mejora la calidad y permite bajar costos. Surgen 'productores discográficos', profesionales que gerencian el proceso de grabación con criterios artísticos y de mercado; y con el crecimiento de una novel generación de técnicos en audio, antes llamados ingenieros de sonido, hemos logrado adecuarnos a las necesidades del mercado abandonado por las transnacionales. Se podría afirmar que no todo ha sido malo en medio de la crisis. También es necesario destacar las diversas opciones en la fabricación de CD's, prácticamente el único soporte para la edición de nuestros fonogramas. Las fábricas han permitido independizar este eslabón de la cadena productiva, antiguamente ligado a las grandes disqueras; hoy, juntando un poco de dinero, si uno quiere grabar sin convencer a algún gerente de un sello discográfico, lo puede hacer, aprendiendo en el camino.

¿Cuál es el nivel de organización empresarial en el sector?

Este aire de independencia en la cadena productiva ha generado también cambios en la relación de las empresas con los artistas pues los contratos actuales van desde coproducciones con los mismos hasta contratos limitados por un tiraje determinado. Hay también los contratos de cesión de

derechos fonográficos totales a cambio de un monto fijo y, por supuesto, los clásicos contratos por un porcentaje de regalías, beneficiándose los músicos con diversas posibilidades de relación contractual. Esta intensa actividad se vuelve didáctica para los agentes productivos pues aprenden las reglas de nuestra incipiente industria. En cuanto a la distribución está la formal, que ha sufrido el fenómeno del pirateo. Al tener alquileres, empleados, sucursales, campañas, deben poner los productos a un precio que les permita funcionar, lo que aleja al cliente, beneficiando al pirata. De allí que las tiendas hayan sufrido quiebras, surgiendo el fenómeno de las tiendas en centros comerciales populares, que a pesar de sus precios accesibles igual sufren el embate del pirateo, cerrando o siendo tentadas a piratear. Hemos llegado al colmo de convertir los quioscos de periódicos en centros de distribución masivos, obteniendo con ello cierto éxito en el control del pirateo. Pero este medio requiere de tirajes altos, solo para artistas cuya popularidad lo justifica. Somos creativos pero hay un gran déficit para llegar al gran público, lo que beneficia a la mafia del pirateo. ▲

Chávez: "Hemos logrado adecuarnos a las necesidades de ese mercado abandonado por las transnacionales".





Urbano: "Se necesita un aumento del presupuesto general de educación".

HENRIQUE URBANO. COORDINADOR DEL INFORME SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA CULTURA EN EL PERÚ

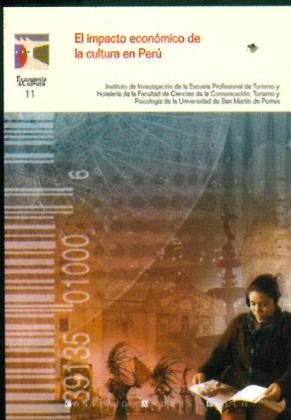
Un Observatorio Cultural para el Perú

Ante la creciente importancia que han obtenido las industrias culturales como sector económico, en muchos países se vienen realizando, con más o menos detalle y alcance, estudios destinados a medir el impacto económico en las economías nacionales, a conocer la estructura de los mercados culturales o conocer las particularidades que definen y diferencian al empleo cultural frente al de otros sectores. Estos estudios han permitido demostrar que en muchos casos la cultura no es una actividad insolvente y llamar la atención sobre una intervención estatal más decidida en el sector de la cultura.

► Enrique Hulerig
Periodista INC

¿Cuál fue la metodología y el objetivo principal de la investigación?

En primer lugar, teníamos un modelo sugerido por el Convenio Andrés Bello, según el cual estudiaríamos los principales temas que ellos estudiaron en Colombia. En base a ello innovamos algunos temas, por ejemplo, publicidad, museos, no contemplados en estudios anteriores del CAB. El problema principal fue la falta de estudios preliminares en el Perú y también la falta de estadísticas nacionales, las que, en la mayoría de los casos, hemos debido buscar por nuestros propios medios. Es fundamental acceder a estadísticas nacionales. El INEI no da datos sobre muchos de estos temas, solo hay datos dispersos.



Portada. El impacto económico de la cultura en Perú.

¿Cuál es el comportamiento económico de los sectores culturales en el Perú?

El problema de fondo es el siguiente: en el Perú el gasto en cultura, entendiéndose cultura en el sentido de industrias culturales, cine, radio, TV, teatro, etcétera, es muy bajo. La gente no dispone de capital para consumir cultura. Por otra parte, la oferta, estrictamente peruana, no es tampoco muy alta. En cuanto a producción cinematográfica, producimos solo unas cuantas películas por año, cinco, quizás seis. En ese sentido, la pobreza general se refleja en el comportamiento económico de la masa. Tanto inversión como consumo cultural son muy pobres. Pero no somos los peores en América Latina.

Pero hay países con marcados índices de pobreza que apuestan por la cultura. ¿Hay un tema de educación involucrado?

Es el caso de Cuba. Pero hay que ver lo que significa cultura en Cuba. Pese a nuestros problemas económicos, si bien hay que tomar la comparación con cautela, podemos decir que Perú invierte en cultura tanto como Colombia, habida cuenta las respectivas economías. Ejemplo, Colombia casi no tiene industria cinematográfica.

¿Tenemos conciencia de que la cultura puede aportar a la economía?

Si hablamos de industrias culturales, sospecho que nadie objetaría el hecho de invertir en cultura. Pero las industrias culturales son sectores que necesitan de grandes inversiones. Hacer una película tiene un costo muy alto, y esto es igual en otros sectores. Si el Estado no tiene plata para invertir en esos sectores y el sector privado tampoco, ahí empieza el círculo vicioso de la pobreza cultural en el Perú. En el caso del patrimonio, por ejemplo, el costo de conservación, la creación de museos, la puesta en valor y la difusión masiva del arte, todo eso tiene un costo muy alto. ¿Cómo subvencionar tales actividades? ¿Cómo hacer que las grandes masas se inicien a la cultura? Ese es el problema.

En ese sentido, ¿cuáles son las principales tendencias sobre la producción cultural que el estudio ha podido detectar?

Curiosamente, la publicidad es el sector que expresa el índice más alto de inversión en el Perú. Esta es la primera vez que se menciona ese sector. Es muy importante porque moviliza muchos artistas de distintas actividades profesionales y de varios sectores. La publicidad es una expresión cultural.

¿La moda también ha sido incorporada?

Los estudios sociológicos franceses de los años sesenta introdujeron la moda en el campo de la cultura. Es un tema poco estudiado. Las presentaciones de moda en Lima con ropa de motivos

prehispánicos son un tema cultural y una industria cultural. Pero no está en nuestro informe.

¿Cómo ve el panorama de las industrias culturales en el Perú en relación a los procesos mundiales, liberalización comercial, apertura de información, globalización?

En Perú el problema se plantea frente a las grandes empresas mundiales de producción cultural masiva: cine, TV, radio. Es ahí donde la globalización es más evidente. Para contrarrestar ese problema hay medidas proteccionistas que se pueden dictar, pero hay que ser realistas: si no hay producción de telenovelas peruanas, la TV peruana no puede difundirlas; si no se producen películas peruanas, no se pueden proteger. Hay que crear esas expresiones culturales y luego es más fácil proteger esa producción. Ejemplo, nada impide que en el Perú se haga teatro peruano.

¿Medidas proteccionistas? ¿Preferencias en la programación?

Sí, cuotas de difusión, por ejemplo, equis horas dedicadas a música peruana.

¿Es posible trasladar esas cuotas de difusión, por ejemplo, al mundo del libro?

Siempre vuelvo al gran principio: primero hay que producir. Si produces cinco films por año, no puedes proteger gran cosa. Nada impide a los peruanos escribir novelas, piezas de teatro, componer música. Si esa producción fuese más alta, tendríamos más presencia peruana en nuestras radios o editoriales, etcétera. Las subvenciones, premios, concursos, ayudan, pero la gran ayuda es el propio valor de la obra. Vargas Llosa vende muy bien y escribe productos de calidad. No hace falta protegerlo. Almodóvar hace films maravillosos y los vende muy bien. ¿Ves el círculo vicioso?

¿Cuál debería ser el rol del Estado en la promoción de las industrias culturales?

El Estado tiene que hacer un gran esfuerzo en educación. Sin educación básica no hay acceso a los bienes cul-

turales. Se necesita un aumento del presupuesto general de educación. Además, hay que privilegiar algunos sectores más deprimidos, por ejemplo las industrias masivas, cine, TV, radio. El Estado debe participar en producciones con carácter comunitario o colectivo. Es fundamental. El sector educativo se beneficiaría mucho con una producción masiva de productos de video, de cortos, etcétera.

Entre las recomendaciones del informe se hablan de incentivos, legales por ejemplo.

La legislación peruana no es mala. Pero una cosa es la letra, otra la realidad. Recuerda la Ley del Libro. Es un buen ejemplo del paso de la ley a los hechos. Hay que ser realista, el Estado no posee medios financieros muy poderosos para hacer frente a la producción cultural, es decir, a la Demanda Cultural propiamente peruana. Ahí está el problema. El problema de fondo es reajustar el Presupuesto Nacional con objetivos culturales. Si el Estado invirtiera 3% del presupuesto en la educación, el Perú podría tener más esperanzas de incrementar sus índices de consumo cultural y ver más calidad en sus expresiones culturales. Otro de

Novedoso. Según el informe de la Universidad San Martín el crecimiento de la inversión publicitaria hace necesaria su inclusión en el rubro industria cultural.



los problemas es que hacen falta técnicos para la elaboración de políticas de impulso a las industrias culturales. Hay que tener gente competente en todos los sectores. Con mucha razón se habla de gestores culturales.

¿Del estudio se desprende cuál es la industria con mayor proyección?

De lejos es la publicidad, alrededor del 0.30% del PBI.

¿Y la artesanía?

Es un tema interesante. Las artesanías dependen en gran parte del turismo. Por eso su consumo es relativamente elevado. En los últimos años los objetos artísticos en plata y los textiles se difundieron mucho. Hay que incluir eso en el próximo estudio.

¿Cómo armar un equipo de investigación para el estudio de las industrias culturales? ¿Cuál fue su experiencia?

Primero, hay que tener un pequeño grupo profesional a la cabeza: éramos tres los directores "seniors". Segundo, el equipo de apoyo consistió en unos diez investigadores orientados por los "seniors". Tercero, hubo que recurrir a "expertos" exteriores, es decir, asociaciones que poseían los datos estadísti-

cos de base. Hemos recibido mucho apoyo de instituciones e individuos. Nos reuníamos todas las semanas para evaluar los avances. Todos los investigadores opinaban y luego yo asumía las directivas que salían de esas reuniones. Cada subgrupo redactó su informe, y luego de revisado por los "seniors", se corregía y se devolvía a los investigadores. Fueron ocho meses de trabajo intenso. Entre los investigadores hubo economistas, sociólogos, abogados, administradores, además de los jóvenes investigadores en el campo de la cultura.

¿Qué otro tipo de estudios a partir de este se pueden generar?

Nuestra experiencia es única y puede servir para futuras investigaciones. De aquí en adelante ya hay manera de llevar a cabo estudios muy precisos y muy avanzados sobre cultura. Pero hay que sectorizar. Ejemplo, la TV o la museología o la artesanía. Creo que el INC debe llevar a cabo esos estudios. Nosotros podemos apoyar desde la universidad, pero es función del INC saber lo que pasa en el campo de la cultura. Dedicarle un millón de soles a eso no es nada. Debería haber en el Perú un Observatorio Cultural y

eso lo debe crear el INC. Nosotros podemos ayudar.

Se han hecho propuestas pero no se asigna presupuesto para un Observatorio. Incluso se propuso un Observatorio de ámbito andino.

Sospecho que si se organiza un Observatorio en el ámbito andino habría problemas. Yo sugiero que lo hagamos en el Perú de todas maneras.

¿En qué consisten las cuentas satélites en cultura que están creando otros países?

Se trata de medir entre los índices del PBI y del Presupuesto Nacional lo que se relaciona con las industrias culturales o la cultura en general. En los presupuestos de la Nación no están detallados esos índices. Entonces, la cuenta satélite es precisamente ese detalle de los índices relativos a la cultura o industrias culturales. Lo mismo se hace con las cuentas satélites del turismo. Es interesante poner de relieve esos índices para elaborar políticas precisas en el campo de la cultura.

Finalmente, ¿el balance del informe es alentador?

Lo más importante en ese estudio es la posibilidad de crear conciencia. Creo que con el informe la gente tiene, frente a las especulaciones personales, un instrumento "veraz" que permite saber con más precisión lo que hay y lo que no hay. Yo insisto en tomas de decisión que ayuden a la mejoría general de la cultura. Por eso insisto en la educación. Eso es una cosa. Otra cosa es la producción de instrumentos de educación cultural, videos, cursos, seminarios, difusión masiva en Primaria y Secundaria de temas relacionados con las expresiones culturales. Son medidas a largo plazo, pero sin ellas no se avanza nada. Si los niños no son despiertos para eso, nada se solucionará y el resultado es la mediocridad. No podemos ser eficaces si no hay una orientación educativa nacional. ▲

Industria esquivada. La industria cinematográfica, la más ambiciosa en términos empresariales, no ha tenido el desarrollo esperado en nuestro país. En la vista, rodaje de El bien esquivo, película de Augusto Tamayo.

Archivo El Comercio



Industrias culturales, globalización y competitividad



Mercedes Araoz Fernández
Universidad del Pacífico

La globalización y la liberalización comercial han cambiado vertiginosamente las formas de percibir el mundo. Si su incidencia era evidente en el mundo empresarial hoy lo es en todas las expresiones culturales y artísticas de la humanidad.

El Nobel en economía Joseph Stiglitz planteó, en una disertación reciente sobre globalización, que esta permite "el crecimiento potencial sin límite" y que muchos países en desarrollo estaban trabajando en aumentar su competitividad para aprovechar esta oportunidad, pero que "lo que separa a los países desarrollados de los subdesarrollados no son solo los recursos sino también el conocimiento. La combinación de conocimiento global y local es la clave del éxito". Este último argumento llamó mi atención, en plena era de la homogenización de muchas actividades y productos, la diversidad de conocimiento, la diversidad creativa local genera competitividad y esto puede ser una oportunidad para el Perú en la era de la globalización.

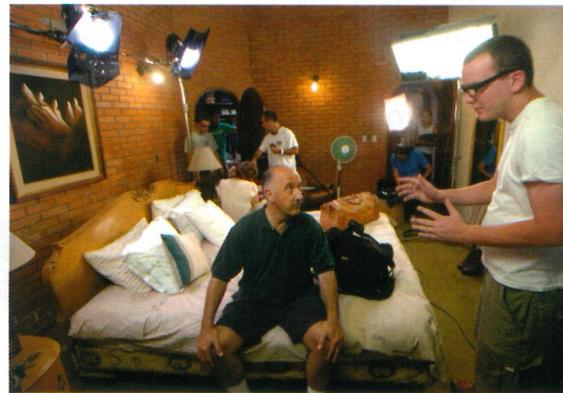
Es cierto que para lograr un diferencial competitivo y de desarrollo humano se tiene que invertir en educación y en ciencia y tecnología, pero el desarrollo de la cultura no debe ser desatendido. La cultura, entendida en un sentido amplio, puede convertirse en una ventaja competitiva para un país como el Perú y el desarrollo de las industrias culturales puede ser la herramienta para marcar la diferencia en un país con escaso desarrollo tecnológico. La industrias culturales son promotoras y expositoras de la creatividad y su éxito se basa en justamente la diversidad.

En el caso del Perú se puede pensar en un conglomerado industrial (cluster) basado en nuestra diversidad cultural. El ejemplo de la gastronomía peruana es quizás el primero que empieza a desarrollarse y podría poten-

ciarse. No solo se basa en el desarrollo de restaurantes, sino en la historia de cada plato, que muestra un Perú multirracial, que se mezcla y crea algo nuevo cada día. Estas historias pueden apoyar al desarrollo del turismo gastronómico y al desarrollo de una industria editorial alrededor de los elementos culturales diferenciadores de nuestra gastronomía; podría, asimismo, potenciar al sistema educativo básico y el de formación laboral, no solo a través de escuelas de cocina sino en multitud de rubros conexos. Puede dinamizar una serie de proveedores en alimentos autóctonos y otros insumos complementarios y que se podrían dirigir tanto al mercado doméstico como internacional. Y si de complementos se trata, por qué no el arte (teatro, danza, folclor, artes plásticas, etcétera) y la artesanía, ambos desarrollándose alrededor de la industria gastronómica.

Este ejemplo trata de ilustrar el potencial de aprovechar nuestra diversidad cultural para marcar nuestra diferencia competitiva. Pero para lograrlo se requiere de un esfuerzo sistémico de cooperación público y privado para desarrollar las industrias culturales, dejarlas de ver como industrias para privilegiados y hacerlas de consumo masivo en nuestro país, generar reglas que promuevan su desarrollo y su vinculación con las actividades productivas, aprovechar el uso y protección de la propiedad intelectual como aliciente a la creación y promocionarlas como la herramienta de ventaja competitiva del Perú en el mundo. ▲

Archivo El Comercio



Un día con cine. Un día sin sexo y Mañana te cuento son indicadores de que, al margen de calidades, nuestros guiones empiezan a abandonar el monopolio de drama y optan abiertamente por otros géneros, en este caso la comedia. ¿Signos de cambio de nuestra industria cinematográfica?

Archivo INC



Retablo. Una de las industrias culturales con mayor continuidad, gracias a su carácter familiar y regional, es la artesanía. Los retablos se han convertido casi en un trabajo en serie, un tipo de práctica que se encuentra en muchos lugares del sur andino y que configura nuestra identidad.

Las industrias culturales como parte del sistema productivo

▶ Diana Guerra Chirinos
Directora General de Promoción y Difusión Cultural

Para poder entender la verdadera situación de nuestras industrias culturales viene bien echar un vistazo a otras realidades, mejor si pertenecen al entorno regional. El caso del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires es representativo de cuán posible es alcanzar metas ambiciosas en el ámbito de la cultura.



Símbolo. El Teatro Colón de Buenos Aires, encarnación de la historia cultural argentina, en una foto de los años veinte. Buenos Aires es escenario de constante actividad cultural. Ambiente propicio para el desarrollo de diversas industrias culturales.

¿Cómo nace la iniciativa de crear un Observatorio sobre industrias culturales en la Ciudad de Buenos Aires?

Forma parte de una política formulada en su momento por la Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales del Gobierno de Buenos Aires en el ámbito de la Secretaría de Cultura, y hoy desde el área de Producción. Una de las necesidades que entendía esa área de políticas dirigidas a las industrias culturales era conformar un espacio de análisis y de reunión de información que permitiera avanzar en el conocimiento de ese sector, y de esa manera poder influir en su realidad a partir de las políticas que se desarrollaban.

Entonces hablamos de políticas públicas de fomento a las industrias culturales.

Sí, una de las tareas del área es justamente trabajar con el entramado productivo del sector discográfico, edito-

rial, audiovisual, especialmente con el sector pymes. Teníamos la necesidad de conformar un área de análisis y de reunión de información que diera cuenta de la realidad de esa estructura productiva. Una de las primeras tareas que nos propusimos fue situar la evaluación del sector en los últimos 10 años a 15 años. Al mismo tiempo, esa información la utilizamos para generar conciencia acerca de la importancia de las industrias culturales como sector productivo: cuánto aportan al empleo, al valor agregado de la ciudad de Buenos Aires y al de Argentina.

¿Se ha formulado en Argentina un marco legal referido a las industrias culturales?

En Argentina está muy desarrollada la política de fomento al cine, que se viene trabajando desde hace varios años y que se ha acentuado en los últi-

mos. Existía ya una ley hacia 1994 y en el 2003 se crea el Instituto Nacional del Cine, lo cual significó muchos más recursos a la producción audiovisual. A nivel nacional es la política más destacada. En la ciudad de Buenos Aires la prioridad fue distinta: atender los sectores habitualmente no incluidos en las políticas de fomento: el sector editorial y el discográfico.

Pero el sector editorial fue muy fuerte en un determinado momento en Argentina.

Sí, pero no fue objeto de políticas de fomento. A nivel nacional se está ahora trabajando en un proyecto impulsado por el propio sector con la idea de replicar lo que hizo por el cine, con la creación de un instituto para el sector libro. Sobretudo a nivel local no había ningún antecedente de políticas hacia estos sectores. Por ejemplo, la

Subsecretaria tiene un programa que ya tiene un año de existencia, que se llama Opción Libros. Esto conecta con el diagnóstico que hizo el Observatorio para conocer la situación de las industrias culturales. Es decir, el Observatorio reúne la información, la analiza, la difunde de manera amplia y la pone a disposición de la gestión del área, las decisiones políticas de qué programas implementar se toman en otra instancia de gestión.

El diagnóstico realizado identificó altos niveles de concentración de las distintas actividades que conforman las industrias culturales. Es un proceso que se fortalece en los años noventa, con la aparición de actores transnacionales y concentraciones especialmente en el nivel de la distribución y de la comercialización. En el sector editorial se da una fuerte concentración de editoriales. Sin embargo, es un sector activo, con una larga tradición en la Argentina y en Buenos Aires. Este programa, Opción Libros, lo que busca es equilibrar esa situación de concentración en las cadenas de producción y comercialización que finalmente obstruyen la salida de editoriales pymes. Entonces, entra a tallar el Estado equilibrador de esas situaciones. Opción Libros es lograr acuerdos entre editoriales pymes con librerías de Buenos Aires para que un catálogo seleccionado, curado, tenga un espacio diferencial en esas librerías que integran el programa.

¿Qué cifras manejan en relación a las industrias culturales? ¿Es un sector que crece? ¿Cuál es el aporte de las industrias culturales al PBI argentino o de Buenos Aires?

En términos generales, estos procesos de concentración han sido bastante transversales a los distintos sectores pero con particularidades, que tienen que ver con marcos globales, pero también locales. En la década del 90 el sector editorial fue el que más sufrió la transnacionalización de las editoriales. Ese proceso está muy concentrado en un número pequeños de empresas que tienen el 75% del mercado. Otro tanto

pasa con el mercado discográfico, no solo en Argentina sino a nivel mundial, en el que cinco mayores dominan el 80% del mercado. Producto de una investigación del Observatorio, se identificó cierta vitalidad en el sector discográfico, relevándose la existencia de setenta sellos discográficos independientes en Buenos Aires. Y en el sector audiovisual, hay una situación diferente que tiene que ver con esta política nacional de fomento a la producción. Hay una fuerte concentración en la cadena de distribución y exhibición, y esto está generando poca diversidad en el momento del consumo de películas. A partir del 2004 se reglamentó una cuota de pantallas, y si bien hace falta más tiempo para conocer las virtualidades de esa medida, se ha observado en los últimos años una fluctuación ascendente de espectadores hacia el cine nacional.

Con respecto al PBI, a nivel nacional, los últimos datos son del año 2000, y dan cuenta de un aporte del 3% y alrededor del 2% del empleo. En Buenos Aires tenemos datos bastantes recientes, del 2004, que nos indican que las industrias culturales, en especial el sector audiovisual, discográfico y editorial, están aportando el 7,8 % de su Producto. Si sumamos las actividades culturales propiamente dichas (teatros, museos y espectáculos musicales) llegamos al 8,4%. En tanto que, en relación al empleo, el conjunto (industrias y actividades culturales) aportan el 5,2% del mismo en la Ciudad.

Hay otros países que consideran como industrias culturales al diseño, al turismo, a la publicidad y al Internet. ¿Cómo lo entienden ustedes?

En Buenos Aires sí hay un interés particular de incluir el tema del diseño a partir de entender la potencialidad que se está visualizando en ese campo en nuestra ciudad. Dentro de las políticas de la Subsecretaria de Industrias Culturales en el Ministerio de la Producción se ha contemplado el diseño, por lo que se ha creado el Centro Metropolitano de Diseño.

Entiendo que el Observatorio viene a ser un centro de investigación público municipal dedicado a las industrias culturales. ¿Cuándo se crea, cuánta gente trabaja en él y de dónde provienen sus fondos?

Se maneja con los fondos de esa área del gobierno y con esos fondos generamos una serie de productos: contamos con una página Web donde reunimos información estadística dispersa. Tenemos también un boletín mensual, que nos permite hacer un seguimiento de las novedades y noticias sobre industrias culturales en Argentina y en el mundo, y editamos una revista mensual, de corte académico. Además, están las investigaciones. En estos momentos estamos trabajando la referida al sector discográfico, un Anuario de Industrias Culturales en la ciudad de Buenos Aires 2005. En relación al personal, somos cuatro investigadores y el coordinador es Octavio Getino. El Observatorio se preocupa en difundir y dar a conocer los productos que trabajamos, y nos interesa llegar a diferentes actores y agentes: el sector productivo, que son partícipes y usuarios principales, junto con el sector público vinculado (legislativo y ejecutivo), el sector académico y, por supuesto, la comunidad en general.▲

Laboratorio
Diana Guerra (Perú),
Tania García Lorenzo (Cuba),
Fernando Arias (Argentina)
y Barbara Negrón (Chile)
en el IV Laboratorio
de Contribución Social
de la Cultura.
Casa Garcilaso, mayo, 2006.



Juan Herrera

"El 98% del mercado fonoro está en manos de piratas"

Desarrollar sólidas industrias culturales en el país pasa por vencer el complejo problema de la piratería. Conversamos con el Jefe de la Oficina de Derecho de Autor de Indecopi, Martín Moscoso, principal animador de la lucha contra el hurto de la propiedad intelectual en el Perú.

▶ Enrique Hulerig
Periodista INC

¿Cómo se ven afectadas las industrias culturales en el Perú con el avance de la piratería?

Más bien podríamos mencionar cómo se ve afectado el país con industrias culturales golpeadas por la piratería. El Perú requiere de industrias culturales y las tiene muy incipientes. A nuestro país le falta consolidarse como nación y eso se hace a partir de forjar una identidad cultural, reconocernos todos los que integramos este territorio como parte de algo que nos haga sentir comunes. Esos elementos culturales se deberían reflejar en imágenes, fonogramas, textos, es decir, en audiovisuales que muestren nuestros hábitos y costumbres, en textos que narren situaciones y elementos de nuestras distintas culturas así como de nuestra historia. Lo mismo es aplicable a la música y el software. El primer afectado con la ausencia de potentes industrias culturales es el Perú como nación, es decir, todos. Si las tuviésemos desarrolladas, nos veríamos reflejados en ellas y sabríamos reconocernos como integrantes de un colectivo y seguramente temas como el de la autoestima podrían trabajarse mejor. Las industrias culturales en el Perú no solo tienen el grave problema de la informalidad sino el de la piratería, que es la apropiación ilícita del contenido de esas industrias culturales. En buena cuenta, lo que permite el desarrollo de

las industrias culturales son las creaciones, pero también las inversiones que puedan apoyar la explotación legal de esas creaciones. Por un lado, tenemos a los autores, artistas, intérpretes o ejecutantes, a los compositores nacionales, a los videastas, etcétera, y, por otro lado, a los productores fonográficos y audiovisuales, a los editores de publicaciones, que son los que van a permitir que los creadores tengan canales de explotación adecuada y legal. La industria formal ni los creadores nacionales están en condiciones de competir con quienes apropiándose de forma ilícita de la creación ajena la explotan sin pagar ningún derecho. Pongo un ejemplo, cualquier empresa y creadores que quieran iniciar una aventura conjunta, como esta tu revista, van a tener que contratar redactores, editores, gráficos, fotógrafos, publicistas y distribuidores, y se genera un círculo virtuoso creación + empleo. Pero viene alguien y simplemente fotocopia o digitaliza y reproduce miles de copias sin pagarle un sol a nadie. Las empresas formales y los creadores tributan, los piratas no. Al apropiarse de ese esfuerzo ajeno están evitando que esta revista o cualquier producto artístico llegue a manos del público; finalmente provocan la eliminación del producto, de la obra y, por lo tanto, el colapso de la industria cultural. Es lo que pasó en la

industria cinematográfica hace unos diez años, cuando proliferó la piratería con tiendecitas en cada barrio que alquilaban películas y que provocaron que las salas de cine desaparecieran una a una, alquiladas a congregaciones o casinos.

Se dice que la piratería audiovisual perjudica al mainstream norteamericano y no a las salas de cine.

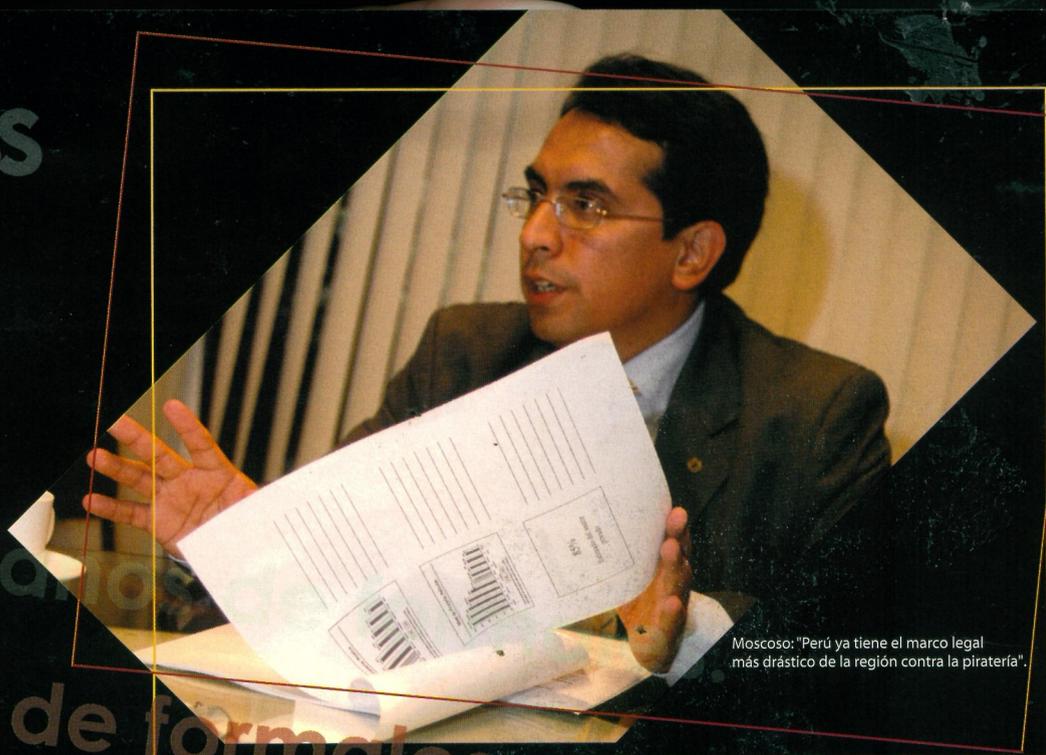
Se cree que la dicotomía del consumidor es rechazar la piratería de productos nacionales pero ser tolerante con la piratería de obras extranjeras. Esta es una perspectiva errada porque la piratería no distingue nacionalidad. De hecho hemos encontrado entre nuestras intervenciones películas exitosas peruanas como Pantaleón y las visitadoras. Lo que sucede es que el tamaño de nuestra industria cultural aún es asimétrico con el desarrollo de otras industrias culturales. No hay manera de romper esa asimetría si no se apoya efectivamente la propiedad intelectual. Hacer que el consumidor apueste por la cultura peruana al comprar y apoyar un original es algo que estamos empezando a percibir.

¿Han sido efectivas las medidas que se han tomado para combatir la piratería?

Creo que el problema todavía nos está adelantando. Es un problema grave.

piratas gráfico

en manos de
en manos de



Moscoso: "Perú ya tiene el marco legal más drástico de la región contra la piratería".

Carlos Díaz

Lo hemos empezado a tomar en serio desde hace unos cuatro años. La tecnología estaba permitiendo ya mayor rapidez en la reproducción y, adicionalmente, percibíamos una peligrosa tolerancia de parte del ciudadano común de que esto no era una actividad delictiva. Mucha impunidad y ningún pirata procesado. Ahora contamos con campañas de difusión por radio, TV y se introdujo el tema de que la piratería es delito. El resultado señalaba que un 60% de la población entendía que sí se afectaba a los creadores, incluso apoyaba la realización de operativos. Pero no todo ese 60% rechazaba la piratería con su negativa de compra. Atendiendo al problema del precio, se ha trabajado mecanismos de oferta para acercar el producto a las expectativas del consumidor: día del cine, del libro, el software Univer-sia, etcétera.

¿Ha habido falta de un marco legal adecuado?

Ya no. Perú ya tiene el marco legal más drástico de la región contra la piratería. Ya es posible perseguir a los piratas penalmente, demandarles indemnizaciones civiles. Las penas son las más altas de la región: elevamos la pena mínima a cuatro años, según la ley sancionada por el Congreso hace año y medio. Ya hay procesados, como es el caso de un pirata famoso de la industria editorial, con cuatro imprentas

inmovilizadas, y ya hay denuncias a líderes de la provisión de insumos. Ahora estamos requiriendo que el Poder Judicial cree un juzgado especializado en propiedad intelectual, de manera tal que los procesos no se dispersen por todo el país. Hemos integrado también a los alcaldes en nuestra lucha a través de una alianza con todos los distritos que pasan por la avenida Javier Prado, y hay ya seguimientos con video y mucho material incautado. Otro de los logros ha sido la creación de la Comisión Nacional de Lucha Contra la Piratería y Contrabando.

¿Indecopi y los municipios se reúnen con representantes de centros comerciales populares?

Ha habido reuniones del gobierno local de Surco con la asamblea de Polvos Rosados. No todos los comerciantes son piratas, hay unos cien que no lo son. En El Huevo hay 1.500 comerciantes de los que solo 500 son piratas y 1.000 no. Estamos tratando de que el control de las organizaciones expulse a las mafias enquistadas y se ha avanzado mucho en aislarlos. De hecho yo y toda mi oficina estamos denunciados penalmente por las organizaciones a las que estamos persiguiendo.

¿Cuál es la industria cultural más golpeada?

La industria musical es la más golpeada, sobretudo las casas productoras

fonográficas, que se fueron del país. Trescientos establecimientos de venta de música en soporte cerraron en un año y hay un daño de 300 millones de dólares en manos de la piratería, es decir, el 98% del mercado en manos de piratas y solo un 2 % en manos de formales.

Los discursos punitivos contra la piratería fonográfica, audiovisual y de software son diferentes.

Es cierto. La estrategia de combatir la piratería audiovisual debería ser similar a la manera de combatir la piratería musical, porque son productos muy relacionados, donde el consumidor principal es el consumidor final. Ambos utilizan los mismos soportes y la estrategia tiene que pasar por el combate a la distribución de insumos. En cambio, la industria de software es distinta, pues su público más importante es el consumidor empresarial. Por eso Indecopi trabaja de la mano con la industria de software: nuestras inspecciones a las empresas nos han permitido reducir de un 80% a un 54% el consumo ilegal de software. En el Perú se ha llegado a la situación que incluso la clase más pudiente también consume piratería. El principio de que uno consume piratería por escasez de recursos no tiene sustento. En verano, por ejemplo, los veraneantes de las playas del sur son grandes consumidores de piratería. ▲

De la explotación a la exploración televisiva



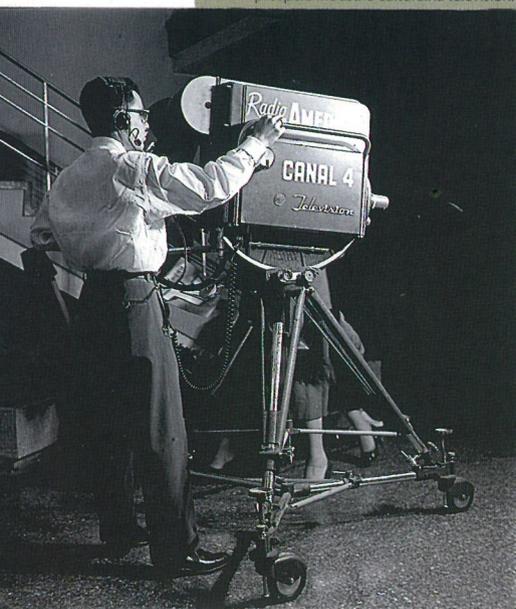
► Gerardo Arias Carbajal
Coordinador de la especialidad de TV y Video de la Universidad de Lima

Construir una ética de las comunicaciones, en este caso una vinculada al tema de la televisión, es condición urgente para el desarrollo de una industria cultural realmente nacional, firme y saludable.

Que el espectro radioeléctrico sobre el que operan los canales de televisión de señal abierta es un recurso limitado no cabe duda. Que somos conscientes de esa característica es por lo menos discutible. Tal vez por este motivo el tratamiento que han recibido los canales de señal abierta no ha corrido la misma suerte que otros recursos naturales cuyas regulaciones han buscado su mejor utilización y preservación.

En el campo televisivo, la constitución y las leyes apenas esbozan mínimas condiciones de explotación, como son el respeto a los derechos humanos, la contribución a la educación y la cultura, la pluralidad informativa, etcétera. Aspectos todos ellos

Las primeras cámaras de TV, llegadas en 1958, marcan el origen de lo que fue una novedad tecnológica y luego próspera industria cultural: la televisión.



Archivo El Comercio

fundamentales para la formación de una ética ciudadana, entendida como una sociedad pluralista de ciudadanos autónomos que, pese a sus diferencias, comparten un conjunto de valores.

Como es evidente, estas mínimas condiciones de explotación son transgredidas cuando se denigra o estigmatiza a las minorías; cuando se relativiza el derecho a la imagen y la intimidad de las personas; y cuando la información requerida por el ciudadano es escamoteada, tergiversada o presentada desde un solo ángulo. Velar por el cumplimiento de estas condiciones se torna difícil no solo por el refugio de la libertad de expresión en que se amparan los canales de televisión sino también por la falta de unos instrumentos de medición apropiados. Y es que sería necesario construir indicadores que permitan medir el real cumplimiento del respeto a los derechos humanos y los principios que busca preservar la sociedad, de modo de poder exhibir los estándares éticos que alcanza cada estación televisiva. Estándares que, además de ser usados con fines de la evaluación del cumplimiento legal, pueden ser un instrumento de evaluación comercial y de fidelización con el público. Tarea que podría acometer la academia y el flamante Consejo Consultivo de Radio y Televisión.

Claro está que pueden haber otras condiciones de explotación que se impongan a las estaciones de televisión, entre otras, por ejemplo, unos indicadores sobre el nivel educativo y cultu-

ral de sus contenidos, pero ganaríamos mucho como sociedad si tan solo se cumplieran las que permiten construir una sociedad de ciudadanos.

Si son poco exigentes y escasamente evaluadas las condiciones de explotación, las condiciones de exploración son inexistentes en el campo televisivo. Y si algo requiere explorar la televisión peruana son nuevas formas de hacer televisión; nuevos enfoques y puntos de vista; innovaciones narrativas; irrupciones en nuevos campos temáticos; estrategias narrativas que hagan entretenido lo cultural y lo educativo y que tornen educativo y cultural los contenidos de entretenimiento; nuevos tratamientos periodísticos que amplíen el horizonte informativo de los ciudadanos antes que reducirlo a simples lugares comunes.

Una condición fundamental para que puedan hacerse efectivas estas condiciones de exploración es propiciar que en la programación tengan cabida diversos productores de contenido, en su más amplia pluralidad y procedencia, que compitan entre sí para desarrollar espacios de televisión en la búsqueda de mejorar la oferta televisiva. De este modo, los canales de televisión podrían concentrarse en su core competence, esto es en generar valor agregado a esos contenidos a través de labores de package, programación y promoción televisiva en aras de construir unas audiencias sobre la base de atender, en primera instancia, al ciudadano que está detrás de cada uno de los puntos de sintonía. ▲

Motor cultural de la pluralidad



Rosa María Alfaro
Asociación de Comunicadores Sociales Calandria

A pesar de su antigüedad, la radio es el medio que mejor ha sabido reciclarse al paso de los tiempos y el embate de la modernidad, acogiendo aún la diversidad musical de nuestro país tanto en su expresión culta como popular.



Archivo El Comercio

En riesgo. La industria cultural con mayores problemas es, sin duda, la musical. Su escenario se entremezcla con el de otra industria cultural no menos golpeada, la radio. Solo unidas podrían mantenerse a flote. En la foto, Miki Gonzalez en su estudio de grabación.

La radio fue el primer medio masivo en el Perú en la medida que periódicos y revistas se dirigieron a limitados sectores "educados". Constituyó así un arquetipo predecesor de lo que fueron otros medios que trascendieron la lectura, pasando del lenguaje oral al audiovisual, sin que medie lo escrito. En esa línea, desde música y palabra definieron a los peruanos como públicos de posibles industrias culturales masivas que recorrerían el país, matriz que luego influyó en una definición particular de ciudadanía sociocultural, más que política. Tuvo así un rol incluyente que otros países no asumieron. Fue también pionera en iniciar segmentaciones de públicos diferenciando a unos y otros, siendo lo cultural una noción intuitiva más que racional que cuestionó la homogenización que configuraba antes a un público medio, síntesis de diferencias. Esta fue retomada por la televisión sólo por edades, sector social y género. La pluralidad sin grandes anuncios ingresa por la radio generando circuitos de producción, circulación y consumo. Hoy tenemos alrededor de dos mil emisoras como correas de circulación cultural diferenciada y dialogante.

Este medio, tratado como minusválido hoy, fue y es en la historia del siglo XX un espacio cultural de recuperación y modernización de expresiones

musicales populares, generando intercambios y procesos de hibridación entre producciones étnicas locales y sectoriales que circulan en ámbitos restringidos y amplios, incluso entre países. La música folclórica nacional pudo mantenerse viva y renovada gracias a programas radiales dedicados a ella, tratando de recuperar a paisanos de las grandes ciudades como su público preferencial⁽¹⁾. Tradición que luego fue expropiada por radios provincianas grandes y pequeñas para cultivar lo propio, generando intercambios provincianos entre culturas andinas diferentes⁽²⁾. Fue así adquiriendo un nuevo rol como correa de transmisión cultural en el Perú, admitiendo el derecho a renovar. El tango, la ranchera⁽³⁾, la salsa y la cumbia circularon en todos los sentidos, sin eliminaciones mutuas aunque con reverencias y mezclas. El huayno así pudo sobrevivir y mantenerse gozando con alegría de esta nueva masividad plural, siendo propiedad de muchos. La radio se configuró así como un medio comprensivo y tolerante con innovaciones que muchos "cultos" detestan, pues al parecer la creatividad es de su exclusividad. Ha oficiado como estrategia de iniciación indispensable para nuevas industrias comerciales que empezaron por la radio y la fiesta, el concierto y el disco, para luego mante-

nerse en ese mismo medio como memoria de lo que somos, en conexión con lo nuevo. Las propias formas de presentación de programas televisivos o de conciertos gigantescos han definido un modo radial de hablar que busca la multitud, utilizando broma, entusiasmo y formalidad al mismo tiempo. Los locutores recorren estos caminos interconectándolos. Y aún hoy la radio, que fue el primer paso de todo cantante o compositor, sigue siendo una aliada permanente de músicas populares varias. Al legitimar la pluralidad cultural antes que cualquier política de Estado o de organismo internacional, se convierte en un significativo símbolo de la misma.

Contradictoriamente, esta no dejó fluir la palabra espontánea y popular, no facilitó el desarrollo de una cultura de "conversación". Si bien la radionovela fue un acercamiento, al migrar a la televisión se quedó sin ella. El noticiero formal se asentó castrando el diálogo desde monólogos duros que enaltecían al locutor. Una simbología vertical, que luego fue ablandada estéticamente por espectáculos mercantiles, sin carisma de interlocución. Por ello, nunca promovió la gestación del "nosotros" que sabe deliberar, gozar y escuchar, reconociendo a los diferentes. Más bien los excluyó. Tampoco posibilitó la formación de identidades, deseos y acuerdos de carácter público e intercultural. ▲

(1) ALFARO M. Rosa María. "Modelos Radiales y Procesos de Popularización de la Radio Limeña" en "Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana". A.C.S. Calandria y Tarea. Lima 1990.

(2) ALFARO M. Rosa María. "Investigación sobre el Potencial de la Radiodifusión Sonora para la Alfabetización: Un Enfoque en el Contexto de la Cultura Andina". Universidad de Lima 1985;

(3) Promovidos también por el cine

Periódica biblioteca

Evelyn Núñez
Periodista INC



Los productos que ofrece El Comercio han buscado cubrir todas las expectativas.



Carlos Díaz

Quizás muchos piensen que los periódicos no aportan cultura, sin embargo, desde hace casi quince años lo hacen a través de sus 'valores agregados'. Las láminas, los diccionarios, las enciclopedias visuales y las recetas de cocina han conseguido un espacio importante en el consumidor, que ha llenado vacíos culturales gracias a la oferta de los medios. De ahí que el editor de Productos, Publicaciones y Multimedia de El Comercio, Raúl Castro, señale que en el 2004 vendieron cinco millones de diarios, en parte gracias a los productos que ofrecían. Castro, que también es antropólogo, explica cuál fue el proceso que intervino para que los medios impresos decidan lanzar nuevos artículos. "En los sesenta, la televisión hace que la oferta de los diarios se vea ensombrecida. Los medios impresos buscan alternativas para competir con los noticieros y aparecen el análisis y la ampliación reflexiva de los hechos. Es así como la función educativa adquiere fuerza y los periódicos tienen una nueva forma de ingresar al hogar, ya no la informativa, sino la formativa". En el Perú desde hace más de diez años los principales diarios de Lima se sumaron a la búsqueda de

nuevas propuestas, logrando afianzar la función educativa.

Silvia Velarde, gestora de operaciones de La República, refiere que empezaron con los 'valores agregados' allá por 1992. Publicaban Periolibros, una selección de obras literarias en formato de suplemento. Velarde recuerda que la primera entrega contenía los Poemas Humanos de César Vallejo en 40 páginas, mostrando en la portada ilustraciones nada menos que de Guayasamín. "Fue un producto que duró dos años. La gente se acostumbró a recibirlos mensualmente", afirma Velarde. Con los años, los productos de La República fueron de la mano con la tecnología. En 1996 distribuyeron CD's con diferentes ritmos: la primera de esas colecciones se denominó Grandes Leyendas de la Música y duró —intercalando intérpretes peruanos y extranjeros— cerca de tres años. Ese, considera Velarde, fue el mayor éxito. "Según las estadísticas, los discos se agotaban en horas". Posteriormente publicaron fascículos de aprendizaje del inglés, recetarios de cocina y enciclopedias.

Pasados diez años de esa experiencia, La República es capaz de crear sus

Los diarios impresos se han convertido en canal importante para la difusión de material cultural, lo que fortalece una de nuestras industrias culturales menos desarrolladas, la editorial. Desde hace más de diez años los medios ingresaron al mundo de láminas, diccionarios y enciclopedias, y hoy continúan llenos de proyectos. Aquí las experiencias editoriales de tres importantes casas periodísticas, la Empresa Editora El Comercio, el Grupo La República y la Empresa Periodística Nacional (Epena).

propios productos. Algunos ejemplos son los álbumes de fechas cívicas, de medicina natural y de cocina regional. "Ya estamos aportando a la industria editorial peruana. En algunos casos hemos vendido nuestros derechos a otros países y ahora nos concentramos en diseñar estrategias para posicionarnos fuera", finaliza Velarde.

Para todos los públicos

La necesidad de conocimiento parece ser la causa de que los 'valores agregados' no se hayan enfocado en una clase de lectores. Al contrario, solo para mencionar un ejemplo, el diario Trome, que también pertenece al Grupo El Comercio, vendió, a precios muy cómodos, entre el 2005 y el 2006, la colección Clásicos Universales además de otra denominada Peruanos imprescindibles; ambas derrumbaron el mito de que el lector de periódicos populares no es consumidor de cultura. "Ese es un prejuicio social. El problema pasa por un tema de precios. Las industrias editoriales no están desarrolladas en nuestro medio porque tenemos la imagen de que el público consumidor de cultura es el que está en Lima Metropolitana. Es más, culturalmente interesa llegar solo a ese público y se descarta uno nuevo que acaba de llegar a la capital. Hubo un etnocentrismo que, afortunadamente, el peso demográfico y cultural de los limeños recientes, está haciendo que cambie", puntualiza Raúl Castro. Basándose en esta idea del bajo precio es que un ejemplar de Clásicos Universales podía obtenerse a solo cinco nuevos soles. Es decir, se adquiría la colección completa por el mismo valor de un buen ejemplar en una librería.



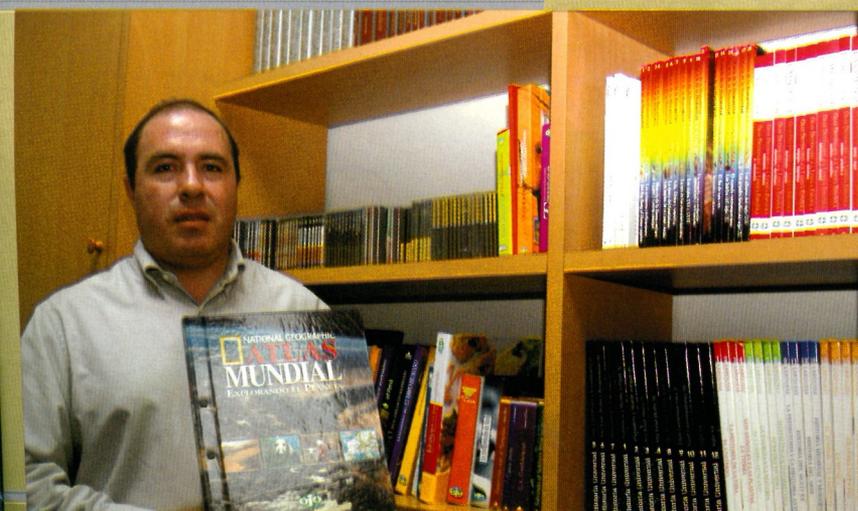
Los libros de La República han buscado posicionarse de un público más estudiantil, gracias a sus productos de bajo costo.

Esta idea de llegar a la masa se grafica también con los casos de la Empresa Periodística Nacional S.A. (Epensa), la cual agrupa a cuatro diarios, todos de un precio económico: Correo, Ojo, Ajá y El Bocón. Arturo Postigo, jefe de marketing entre 1997 y el 2000, comenta que su mayor éxito se dio en 1999 con el Diccionario Inglés/Español-Español/Inglés, aquel que quedó en el recuerdo televisivo como 'Yungay'. Es más, la publicidad de ese volumen lo hizo merecedores del premio Gran Effie Perú 2000 otorgado por la American Marketing Association. Después del diccionario vendrían los coleccionables de programas de computación, láminas de Ciencias de la Naturaleza, la Historia del Perú antiguo y moderno y hasta la Biblia para niños. "Es una forma de llevar cultura a las grandes mayorías", opina Postigo. Con este tipo de publicaciones, los medios impresos se constituyen como un nuevo canal para la difusión de la industria editorial. No obstante, hay que considerar que el peor enemigo de estos gestores es la piratería, un problema que reduce sus ventas aún cuando los precios de su producción resultan accesibles a casi todas las clases sociales. ▲



Carlos Díaz

Silvia Velarde, de La República, una de las ejecutivas que dirigen el novedoso proyecto de publicaciones de ese diario.



Carlos Díaz

Arturo Postigo muestra algunas de sus publicaciones. Epensa también ha tratado de estar en el grupo que lidera la edición de libros desde los medios.

Encuentro de altura

Entre el 4 y 6 de mayo se realizó en el Cusco el IV Laboratorio de Contribución Social de la Cultura organizado por el Convenio Andrés Bello, un encuentro entre gestores culturales de diversos países de América Latina en el que se discutió, entre otras cosas, las posibilidades de interacción de los pueblos y sociedades latinoamericanas con sus respectivas industrias culturales.



Juan Herrera

Especialistas procedentes de diversos países de América Latina se dieron cita en el Cusco para discutir gravitantes temas de cultura.

Durante la primera semana de mayo se llevó a cabo en la ciudad del Cusco el IV Laboratorio de Contribución Social de la Cultura convocado por el Convenio Andrés Bello (CAB) y el INC. A la reunión asistieron representantes de Bolivia, Colombia, Chile, Cuba, México, Perú, del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, además de expertos del CAB. El encuentro, desarrollado en diversos escenarios de la ciudad imperial, es continuación de las experiencias de "Laboratorio" ya realizadas en Caracas, Bogotá y Santiago de Chile, promovidos por el CAB en el marco del Proyecto de Economía y Cultura, cuyo objetivo es tomarle el pulso a la contribución de la cultura en todas sus manifestaciones creativas a la vida social, así como implementar un espacio de discusión y estudio en torno a la pregunta de cómo valorar y medir la gestión de las políticas culturales y su impacto en la comunidad.

La reflexión a lo largo del encuentro tuvo un desarrollo complejo y variado. Se atravesaron los campos de la medición cuantitativa con el objetivo de analizar la diversidad cultural en las industrias culturales. La hoja de ruta trazó la investigación desarrollada para el sector cinematográfico por el Observatorio de Industrias Culturales de Buenos Aires, estudio que parte de la premisa que comprender la diversidad cultural implica comprender las variadas interfases que unen a la cultura con la economía, la política, la vida social o las tecnologías.

Se reconocieron tendencias del consumo cultural a partir del análisis comparativo de los estudios nacionales realizados en seis países de América latina, que, además de las convergencias y diferencias en la estructuración de los instrumentos de recolección de la información, demuestran las grandes similitudes

del consumo cultural en nuestros países, entre las que se encuentran la mediatización de la cultura con el rol predominante de la televisión y la radio, las diferencias sociales presentes en el acceso a las nuevas tecnologías, donde se expresan fuertes índices de inequidad cultural y la gran importancia de la música en el consumo cultural de la región.

Por otro lado, se exploró la demanda cultural a partir de la construcción de la interrelación entre relaciones sociales, distribución territorial y equipamientos culturales que viene realizando el Instituto Distrital de Cultura y Turismo de Bogotá. Dicha exploración tiene en cuenta la situación social de la ciudad y su heterogeneidad, e introduce el concepto de "calidad de vida cultural", entendido como el grado en que una población satisface sus necesidades materiales y espirituales (satisfacción de las necesidades de la vida cultural).

Asimismo, se intentó avizorar las implicaciones sociales de las decisiones sobre cultura en los tratados de libre comercio que en los últimos meses se han llevado a cabo en la región. En el mismo escenario, se produjo un acercamiento a las realidades de la diversidad étnica de nuestros países, a las relaciones entre cultura y desarrollo local y a las potencialidades de la cultura en el panorama social y político que viven los países de la región.

El IV Laboratorio, como espacio de intercambio de ideas y experiencias, tuvo como resultado más resaltante aportar nuevas líneas y entradas para analizar la contribución social de la cultura en el marco de las preocupaciones, avances y desafíos que los contextos sociopolíticos de nuestros países y el entorno internacional le imponen a la cultura. **(Guillermo Cortés Carcelén).**▲

Descubriendo el interés privado en la cultura



Roberto Del Águila
Gerente de Relaciones Públicas de Claro

Las relaciones entre la empresa privada y los sectores productores de expresiones culturales son complejas y no tan fluidas como debieran. Desarrollar nuestras industrias culturales no depende solo de la buena o mala disposición del capital privado sino de que nuestras expresiones culturales puedan satisfacer el ojo empresarial de manera creativa y novedosa. Sirva el caso de la música de ejemplo para conocer más de este necesario contacto.

Dentro de la gran cantidad de solicitudes de auspicio que reciben a diario las empresas privadas, un porcentaje significativo está relacionado con actividades musicales. Recitales masivos o pequeños, artistas nacionales o figuras extranjeras, producción de discos o temporadas completas: en muchas y variadas formas, la música siempre está presente dentro de los proyectos que buscan patrocinio.

Y es que la música es muy importante, no solo para músicos, productores y público, sino también para las mismas empresas patrocinadoras. La música es un elemento socializador por excelencia, democratizador, estimula la identidad y promueve la pertenencia a un grupo social. Además, con la música se puede transmitir un men-

Los conciertos son el escenario donde suelen darse la mano las expresiones culturales y la empresa privada.

saje a mucha gente, en diferentes segmentos y somos testigos de las múltiples formas de interacción social y oportunidades de negocio que tienen como eje a la música y la tecnología (descargas, tonos de llamadas, entre otros).

Obviamente, las empresas privadas buscarán involucrarse con aquellas iniciativas que estén más cerca de sus públicos objetivo, y, lamentablemente, en muchas ocasiones la producción independiente o innovadora no calza con estas necesidades. Pese a que se dan algunos casos aislados de apoyo a la producción musical independiente, por las características de nuestra economía, no hemos visto en el Perú iniciativas como algunas que se dan en el Brasil, donde toda la imagen institucional de una gran empresa de telecomunicaciones gira alrededor de la música.

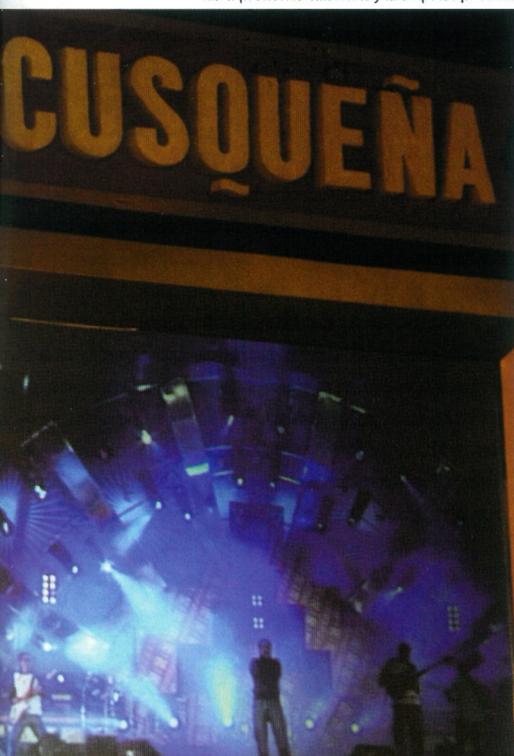
Las posibilidades de desarrollo de una industria musical fuerte en el Perú pasan por un esfuerzo conjunto. Los músicos, productores y artistas ya están haciendo su trabajo, incluso enfrentando obstáculos muy complicados como la piratería y la indiferencia. El Estado y las empresas privadas también hacen lo que pueden, encontrándose con dificultades como la falta de presupuesto o prioridades diferentes.

Ahora hay que buscar generar un mercado creciente, formal, con costos y precios justos, y propuestas que, sin interferir en la creación artística, contemplen las necesidades de la empresa privada que puede ayudar a financiar los proyectos. Por otro lado, sería in-

terezante una visión que incorpore a la música como un elemento innovador para desarrollar otros sectores. Un buen ejemplo son las recientes presentaciones de los Rolling Stones en Rio de Janeiro y Buenos Aires, ciudades a las que viajó una gran cantidad de gente desde otros países para ver estos recitales. Y mientras duró su estadía, esos visitantes se alojaron en hoteles, consumieron en restaurantes, utilizaron transporte, visitaron museos; en fin, le dieron un fuerte impulso a la industria turística local.

Ya sabemos que traer a ese tipo de artistas al Perú es difícil, pero bien se podría pensar en actividades menos costosas, sin dejar de ser atractivas. Tomando en cuenta el reconocimiento del Perú como un país ideal para el turismo místico, ¿no sería factible un festival internacional de música New Age? O, dada la diversidad cultural de nuestro país, ¿caso no sería el escenario ideal para un encuentro mundial de World Music? ¿Y si hacemos en la selva un gran recital con grupos comprometidos con la ecología? ¿El Cusco no es perfecto para acoger a los ídolos de la nueva trova y la música latinoamericana?

Ideas no van a faltar, lo que se necesita son políticas claras, capacidad de ejecución y una visión compartida. Y, por supuesto, que las relaciones entre el Estado, las empresas que apoyan y los productores musicales sean de mutuo beneficio: donde todas las partes invierten, arriesgan y ganan. ▀



Archivo El Comercio



PROYECTO PILOTO VILCASHUAMÁN-PUMAQOCHA

Superposición. Tras la conquista española, los templos cristianos se asentaron sobre las edificaciones religiosas incas. Vilcashuamán no fue ajena a esta política.

Dos complejos incas en Ayacucho

► Hernán Carrillo, Rocío Coras
Arqueólogos del INC

El legado inca es inagotable. Así lo prueban los dos asentamientos que arqueólogos del INC vienen investigando cerca de Vilcashuamán, en la provincia de Cangallo, Ayacucho. Si bien los trabajos de investigación y excavación son recientes, la importancia de estos sitios para la arqueología peruana es enorme.

A partir del año 2003 el Proyecto Qhapaq Ñan viene realizando una serie de trabajos de investigación y acciones encaminadas al rescate de la gran Red Vial Andina y los asentamientos relacionados. En el marco de este megaproyecto, que compromete a varios países latinoamericanos, se viene ejecutando el Proyecto de Investigación y Puesta en Valor Vilcashuamán-Pumaqocha, que involucra dos complejos arqueológicos, sin lugar a dudas los más importantes de la región, y el Camino Inca que une estos asentamientos. Los complejos arqueológicos de Vilcashuamán y Pumaqocha se encuentran ubicados en el departamento de Ayacucho, provincia de Vilcashuamán, distritos de Vilcashuamán y Vischongo, respectivamente; ambos se comunican por la troncal del Camino Inca a una distancia de 14 kilómetros.

Los trabajos de investigación se realizaron, de manera continua, como parte de una propuesta de desarrollo sustentable para el departamento de Ayacucho en las temporadas 2004 y 2005, teniendo como objetivo fundamental poner de manifiesto labores que buscan la revalorización de los asentamientos arqueológicos como medios para el desarrollo educativo y económico de las poblaciones locales,



Templo. El Acllahuasi del sitio de Pumaqocha, 11 Km al norte de Vilcashuamán, cerca de Vischongo, es una impresionante construcción con estilo arquitectónico impecable.



Vastedad. Enormes muros de contención se acaban de descubrir recientemente en Vilcashuamán.



Baños del Inca. La construcción de sofisticadas estructuras sanitarias fue común en Vilcashuamán y en Pumaqocha.



Piedras termales. En uno de los baños del complejo arqueológico de Pumaqocha se puede encontrar una piedra de 17 ángulos.



Puerta de acceso. Los ushnus eran edificaciones que representaban el paso al mundo interior. El ushnu de Vilcashuamán fue el más importante de todo el Imperio.

fomentando en el futuro, asimismo, el uso racional del patrimonio cultural y el conocimiento de nuestra identidad histórica a través de programas conjuntos de promoción y protección, lo que por supuesto incluye la participación de autoridades, poblaciones locales y centros educativos, todo orientado hacia el desarrollo de capacidades de gestión sostenible.

El objetivo es generar la documentación técnica necesaria para proteger y conservar el sitio, así como también generar una búsqueda complementaria de información para entender su participación dentro de la Red Vial Inca, y, finalmente, elaborar con ello una propuesta de acondicionamiento para la puesta en valor de ambos complejos, Vilcashuamán-Pumaqocha, así como del Camino Inca, teniendo en cuenta un circuito de visitas, áreas restringidas, de reserva y de servicios para los visitantes y, en general, todas las actividades que se puedan llevar a cabo como resultado de su investigación, proyección e integración a la comunidad, y que, asimismo, le sirva como un medio económico al propiciar infraestructura y servicios vinculados al desarrollo turístico de la región.

En estas dos temporadas se ha logrado identificar una serie de conjuntos arquitectónicos en el caso del Complejo Arqueológico de Vilcashuamán, lo que sugiere una ocupación inca más temprana de la que hasta hace poco manejábamos, y que observamos a espaldas del ushnu, donde es posible apreciar los cimientos de una kallanka con un aparejo bastante rústico que se asocia a fragmentos de cerámica inca temprana, como qotaqalli y posiblemente killke. En este mismo sector ha sido posible detectar restos de una pe-



Mirador. En el sitio de Pumaqocha existen miradores asentados en impresionantes muros de contención.



Crecimiento desmesurado. La ciudad de Vilcashuamán ha crecido descontroladamente, al punto que las casas penetran muchas veces los terraplenes o plataformas.



Piedra sobre piedra. Vista de la construcción principal del sitio arqueológico desde la plaza de Vilcashuamán. La ciudad entera de Vilcashuamán se construyó sobre la antigua ciudad inca.



Otros tiempos. Imagen de parte lateral de la Iglesia principal en 1965.

queña estructura semicircular de carácter rústico asociada a un piso con restos de material orgánico calcinado con presencia de restos de fragmentería de cerámica perteneciente al Horizonte Medio (Wari).

A espaldas del ushno y en la periferia del viejo cementerio de la ciudad de Vilcashuamán en direcciones norte, oeste y sureste, se ha podido identificar una serie de terrazas y un muro perimétrico que contiene espacios habitacionales, con accesos, pisos empedrados y otros elementos arquitectónicos orientados hacia el interior del cementerio, que hacen suponer la presencia de una gran cancha que a su vez estaría en relación a la plaza principal del complejo. Por otro lado se han identificado una serie de canales que se interconectan entre sí, las mismas que aparecen en la parte alta de la ciudad de Vilcashuamán y se dirigen hacia la plaza principal y luego van en dirección al viejo cementerio. Uno de los hallazgos que merece la pena resaltar es el de un baño inca ubicado en el barrio de Alto Perú, específicamente en el Centro de Educación Inicial N° 030, que ya ha sido restaurado parcialmente, así como el de un canal finamente acabado con piedra tallada que se ubica en el barrio de Cinco Esquinas; todos ellos formando parte de la traza urbana de la ciudad inca de Vilcashuamán.

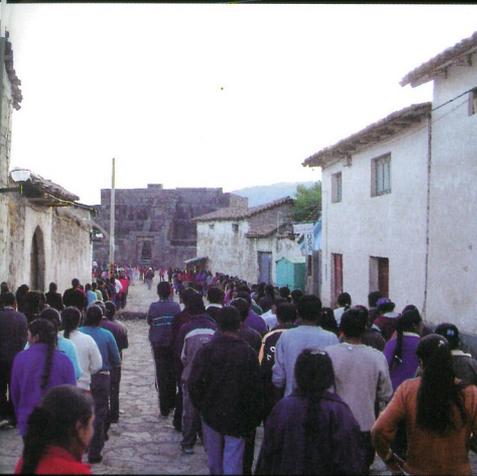
En el Complejo Arqueológico de Pumaqocha, que creemos se trata de un centro construido especialmente para la élite imperial y el culto al agua, los trabajos se han circunscrito a las terrazas uno, cinco y seis de los sectores denominados Palacio Inca y Akllawasi. Como resultado de estos trabajos se han descubierto estructuras de puro estilo inca imperial, como un muro con hornacinas grandes y pequeñas dispuestas de manera alterna y de corte trapezoidal, presentando un aparejo del tipo almohadillado, determinando un espacio arquitectónico que, en su parte posterior y hacia el interior, presenta un aparejo de tipo celular con bloques de piedra cuidadosamente canteados. Al interior de este espacio se han descubierto, hasta el momento, tres estructuras igualmente construidas con piedra canteada, además de muros semicirculares asociados a una piedra megalítica con presencia de pasadizos angostos y un acceso de triple jamba, mientras que, asociada a la primera terraza, se ha identificado una estructura de corte rectangular que encierra cuatro recintos que se comunican entre sí por un corredor con forma de cruz, presentando, tanto al interior como al exterior, hornacinas trapezoidales asociadas a otra piedra megalítica y a su vez a un baño inca. ▲



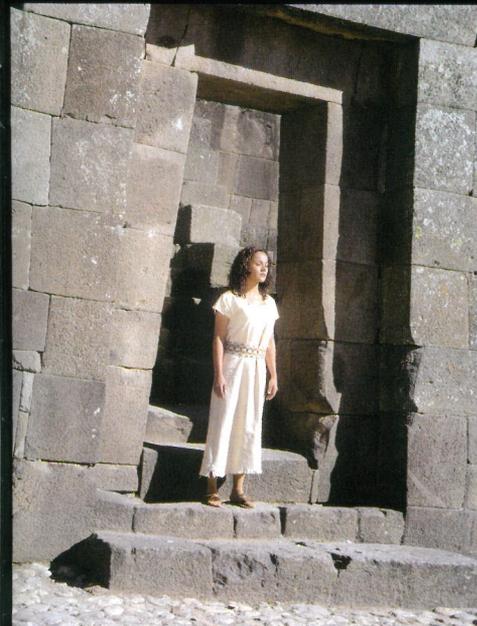
Antes de la reconstrucción. Poderosa imagen captada en 1965 con el ushno en estado calamitoso. Los pobladores usaban las piedras para hacer casas.



Camino al Uku Pacha. Pobladores retiraron sus muertos cuando se les comunicó que las excavaciones probablemente incluirían el cementerio.



Camino al Ushnu. Pobladores de Vilcashuaman acuden a la explanada del Ushnu a esperar la fiesta del Vilcas Raymi.



Al aire. La serie de televisión 'Eva del Edén' se grabó en los espacios del sitio de Vilcashuamán. Aquí la actriz Mónica Sánchez en la portada principal.



Imponente. Imagen del pórtico antes de los trabajos de reconstrucción.

ESCLARECEDOR VESTIGIO



Simbología. Interesante muestra de cerámica inca encontrada en Vilcashuamán

Cerámica Vilcashuamán

La cerámica es una expresión cultural que nos ayuda a comprender las formas de vida cuando no existen documentos. En Vilcashuamán la investigación arqueológica nos ha permitido comprender rasgos básicos de este indicador cultural.

► Carmen Cazorla Zen
Investigadora asociada al Proyecto Qhapaq Ñan - INC

Como es conocido por los historiadores, Vilcashuamán (conjuntamente con Pomaqocha) son identificados a partir de las construcciones monumentales incas. Aun dentro de los estilos incaicos, en cuanto a la cerámica, se ha identificado rasgos locales que expresan la dicotomía entre una cultura impositiva y aquella que resume estos estilos incorporados. Serían los tankiwas, según los cronistas, quienes habrían sido los habitantes originarios de esta región. Entonces deberíamos preguntarnos, ¿fueron los tankiwas productores de cerámica aún adaptándose a influencias externas? Existen diferentes presencias en esta región, que traen consigo toda una riqueza de producción alfarera. Si consideramos como real la existencia material desde el Formativo (Campana Rumi o Piedra de las Campanas), pasando por Wari (Aspiqasa), chancas (Cerro Pilluchu) e incas (Vilcashuamán-Pomaqocha), la cerámica tendría influencias de todas estas culturas.

La recuperación de los fragmentos realizados en los años 2004-2005 indica que la densidad del grupo cerámico local es aproximadamente el 75%. Este alfar agrupa diferentes formas,

entre las más recurrentes las ollas de labio corto casi adherido al hombro, con asas oblicuas y base cónica, como también utensilios domésticos; los diseños que predominan son los cursivos de color negro sobre un fondo marrón, escisiones y muescas. En todo este material, la tecnología posee fuertes influencias externas, no obstante, una mirada rápida a los componentes de la cerámica nos indica que al menos el material es local, lo cual significa que hubo artesanos locales y no todo se trajo del exterior.

Como complemento a la idea de una tecnología local, sería interesante poner atención a la memoria histórica. Las investigaciones etnográficas han registrado un posible centro alfarero en el lugar denominado Pukaraqay (7 km al norte de Vilcashuamán), que, según los lugareños, estuvo habitado por "los mojos" hasta la llegada de los incas, para luego migrar y asentarse en la actual zona de Cangallo, manteniendo una tradición alfarera que pervive hasta la actualidad, y que hoy son conocidos como "los olleros de Huancarucma", aunque esta información sería interesante comprobarla con investigación arqueológica. ▲



Vilcas Raymi. Uno de los momentos culminantes de la fiesta, cuando el Inca es rodeado por los willaq umu y las coyas. La iglesia, en tanto, reposa cubierta por una banderola que representa al sol y a la luna. Notese al costado derecho la invasión de viviendas en la zona arqueológica.

LA VISIÓN ETNOGRÁFICA

Vilcashuamán: espacio ritual

Ladislao Landa Vásquez, Alexey Carrasco Escarcena
Investigadores Proyecto Qhapaq Ñan - INC

Los complejos arqueológicos de Vilcashuamán, así como el de Pomaqocha, once kilómetros al norte, ambos de filiación inca, están enclavados en un espacio territorial pleno de continuidades y permanencias culturales. Como en casi todo lugar de los Andes, el asentamiento colonial se superpuso al inca y Vilcashuamán quedó en medio de una múltiple y sincrética historia.

Apostar por la cultura o hacerse el desentendido? Entre Guaman Poma de Ayala, el escritor indio de Andamarca, describe en su Nueva Coronica y Buen Gobierno una ceremonia realizada en 1572 en Vilcashuamán. Nos refiere que en esa ocasión el dignatario principal de los españoles, don Francisco de Toledo —organizador del sistema colonial—, subió al Ushnu a recibir el saludo de los diferentes representantes locales y "mando subir al mas biejo y principal al usno a don alonso naccha uarcaya del pueblo de san pedro de quëca de la provincia de los lucanas andamarcas soras" (Guaman Poña, fol, 447). Asimismo, en plena época colonial, en 1592, se realizaban actividades semejantes al Warachikuy (pruebas de proeza), donde un sacerdote indígena ordenaba que sus "fieles trepasen un cerro cercano a las ruinas de la ciudad. Debían hacerlo subiendo por una sogá "llevando en la boca lo que habían de ofrecer no sin grande peligro de su vida"

(Millones 1999: 31-32). A finales del periodo inca una ceremonia más apoteósica habría sido la celebración del Qapaq Raymi, organizada por el inca Guaina Capac cuando ya había sido construido el ushnu, según refiere otro escritor indígena, Santa Cruz Pachacuti (Millones, 1999:31).

Estas son posiblemente las primeras noticias escritas sobre rituales realizados en este pueblo histórico de Vilcashuamán. Como es sabido, Vilcashuamán fue una plaza importante, una "cabeza de provincia" y una sede central del "imperio incaico". Se trataba del centro geográfico del Tawantinsuyo por su ubicación equidistante entre los confines de Chile y Ecuador, y, además, parte de la troncal principal del gran Qapaq Ñan. Es probable que, en épocas incaicas, se hayan realizado ceremonias mucho más grandes —como también en la cercana Pomaqocha, posible lugar de descanso y culto de la nobleza—, tanto de comitivas que transitaban permanente-

mente el Camino Inca, así como también celebraciones de la nobleza que habitaba allí. Según cronistas como Pedro Cieza de León, la plaza de Vilcashuamán albergaba hasta 30 mil hombres de armas. No en vano las construcciones monumentales (Ushnu, Kallanka, Templo del Sol, las de las Akllas en Pumaqocha) obligan a pensar sobre el sentido de tales edificios.

No dudamos cuán interesante sería conocer la ritualidad de aquellos tiempos, sin embargo, en esta ocasión, nos interesa conocer, más bien, los rituales contemporáneos a partir de una mirada etnográfica desde dos disciplinas (arquitectura y antropología) que intentan complementar sus visiones y experiencias. Debemos afirmar que aun cuando se trata de rituales representados en el siglo XXI, la historia y la memoria real o mítica de este espacio está cargada del pasado.

En un contexto rural como el poblado de Vilcashuamán, el espacio urbano adquiere una connotación distinta a la cotidiana, logrando transformar al individuo, para convertir a su espacio contiguo en un signo del ritual. Dentro de los rituales tenemos aquellos que son propios de las festividades, actividades civiles y los tradicionales que se transmiten por generaciones. En Vilcashuamán, acaso por su condición de permanencia y constancia durante un largo periodo, las personas logran identificar a través de objetos o lugares, espacios simbólicos que los identifican. Estas vivencias convierten a sus experiencias en sensaciones generadas por la danza, música, iconografía y comida; sensaciones comprometidas con una dinámica colectiva en el espacio generado también por las edificaciones contiguas.

Si pudiéramos explicar gráficamente los procesos rituales más importantes en el casco urbano de Vilcashuamán, tendríamos que considerar, en prioridad, la Fiesta de la Virgen del Carmen, seguido del Vilcas Raymi⁽¹⁾ y algunas actividades relacionados con la agricultura, como son la siembra y el traslado de la cosecha. La Fiesta de la Virgen del Carmen es un ritual religioso cuya actividad central es la procesión; Vilcas Raymi, en cambio, es una representación mítica histórica de la guerra chanca-inca, con el objetivo de atraer turistas a este poblado. Por otro lado, las actividades agrícolas también están relacionadas con ciertos recorridos rituales, por ejemplo, la siembra en la cofradía de la Virgen del Carmen implica un ceremonial donde participan varias personas que ayudan al mayordomo, quienes recorren la plaza antes de dirigirse al campo. El tiempo de la cosecha implica también el traslado de maíz y Chala que se transita por la plaza central. Hemos graficado el recorrido de estas diferentes actividades para comprender algunas lógicas subyacentes en los desplazamientos de los vilquinios.

Una afirmación que se desprende de estos gráficos es el simbolismo expresado en el uso del espacio. Hallamos que la Plaza Central (o Chinchaysuyo) es el centro hacia donde confluyen las actividades rituales y cotidianas; en ella están mezcladas las imágenes del pasado (restos arqueológicos) con ac-



Procesión. La Virgen del Carmen se pasea sobre sus andas a través de las calles de Vilcashuamán.

tos religiosos de carácter sincrético, así como actividades sociales modernas o contemporáneas. Es interesante observar que la mayoría de los desplazamientos rituales se realizan en el contorno de la plaza pero en sentido contrario a las agujas del reloj, donde las personas se movilizan de izquierda a derecha (procesión, recorrido de los donantes, desfiles cívicos). La excepción a esta regla es el desfile del Vilcas Raymi, cuyo recorrido es de derecha a izquierda y cubre la mitad de la plaza, trasladándose del Templo del Sol al Ushnu, donde se realiza el Warachikuy con los estudiantes de secundaria.

Tratando de ubicar las construcciones arquitectónicas, podemos señalar tres ejes principales a donde convergen los diferentes rituales: la municipalidad, la iglesia y el Ushnu. Son construcciones tanto históricas como contemporáneas y cada una de ellas tiene su función de acuerdo a determinados rituales. En la fiesta patronal la Iglesia se convierte en el centro, mientras que en el Vilcas Raymi es simultáneamente el Templo del Sol (donde está la iglesia católica), el Ushnu, el colegio secundario y la municipalidad, los que se convierten en los ejes, por tanto el ritual cívico y turístico es más amplio. Esto nos indica que la relación entre los habitantes y el entorno monumental está mediado por la importancia que le dan a sus edificios.

Una paradoja contemporánea es que la Iglesia/Templo del Sol y la municipalidad son espacios urbanos, en cambio, el Ushnu y la Kallanka se representan como un espacio externo y prácticamente rural, a pesar de estar ubicados a escasos metros de la Plaza Central. El Ushnu corresponde al inicio del espacio rural, el campo hacia donde salen los lugareños, sobretudo los jóvenes, a estudiar y hacer sus tareas escolares, y las mujeres a realizar sus reuniones formales e informales.▲

Referencias bibliográficas

GUAMAN POMA DE AYALA, Felipe (1615?). Nueva Coronica y Buen Gobierno. Lima, Fondo de Cultura Económica, edición y prólogo de Franklin Pease G.Y., Tomo II, 1993.
MILLONES, Luis. "Logros y azares de la cristianización colonial: El obispado de Huamanga". En Millones, Tomoeda y Fujii (edit), Historia, religión y ritual de los pueblos ayacuchanos, National Museum of Ethnology, Osaka, 1988, pp. 29-49.

(1) Según Ley No. 27425 (15/02/01) entre otros festivales a nivel nacional, "La escenificación del Vilcas Raymi en el complejo arqueológico de Vilcashuamán en Ayacucho, con motivo de las fiestas patrias, en el complejo de Pumaqocha, en el anexo de Uripiray" está reconocido por el Estado. Véase: <http://www2.congreso.gob.pe/ccd/leyes/cronos/2001/ley27425.htm> (28/04/06)

El registro musical de Brüning

► Chalena Vásquez
Musicóloga

Conocida es la labor de registro etnográfico realizada por el alemán Heinrich Brüning en diversos poblados de los Andes del Perú. De hecho sus investigaciones inician una tradición de estudios sobre cultura tradicional en la que ningún campo queda fuera de la pesquisa. En este texto revisamos la profusa faceta musicológica del investigador germano.



Hombre con cámara en la localidad de Huambos (1903).

La preocupación y la responsabilidad que le atañe a organismos estatales, como el INC, el Archivo General de la Nación, la Biblioteca Nacional, el IRTP Instituto de Radio y Televisión del Perú, las Universidades Nacionales, el Sistema Nacional de Museos, es doble:

Por un lado, crear conciencia en la población respecto a la importancia cultural e histórica, y el valor que en la vida contemporánea tienen los documentos —discos, cintas, videos, etcétera— referidos al Patrimonio Cultural Intangible de la Nación.

Y en segundo lugar, trabajar en favor de la creación y mantenimiento de archivos (de audio, video, fotografía, cine, textos inéditos, otros) como parte de los Centros Documentales de la Cultura Peruana, que deberían implementarse en todas las regiones de nuestro país, ya sea como parte de las bibliotecas de los museos, Casas de la Cultura, etcétera, o como centros documentales específicos cuya función debiera ser la compilación en diversos soportes que contienen la música peruana en todas sus vertientes.

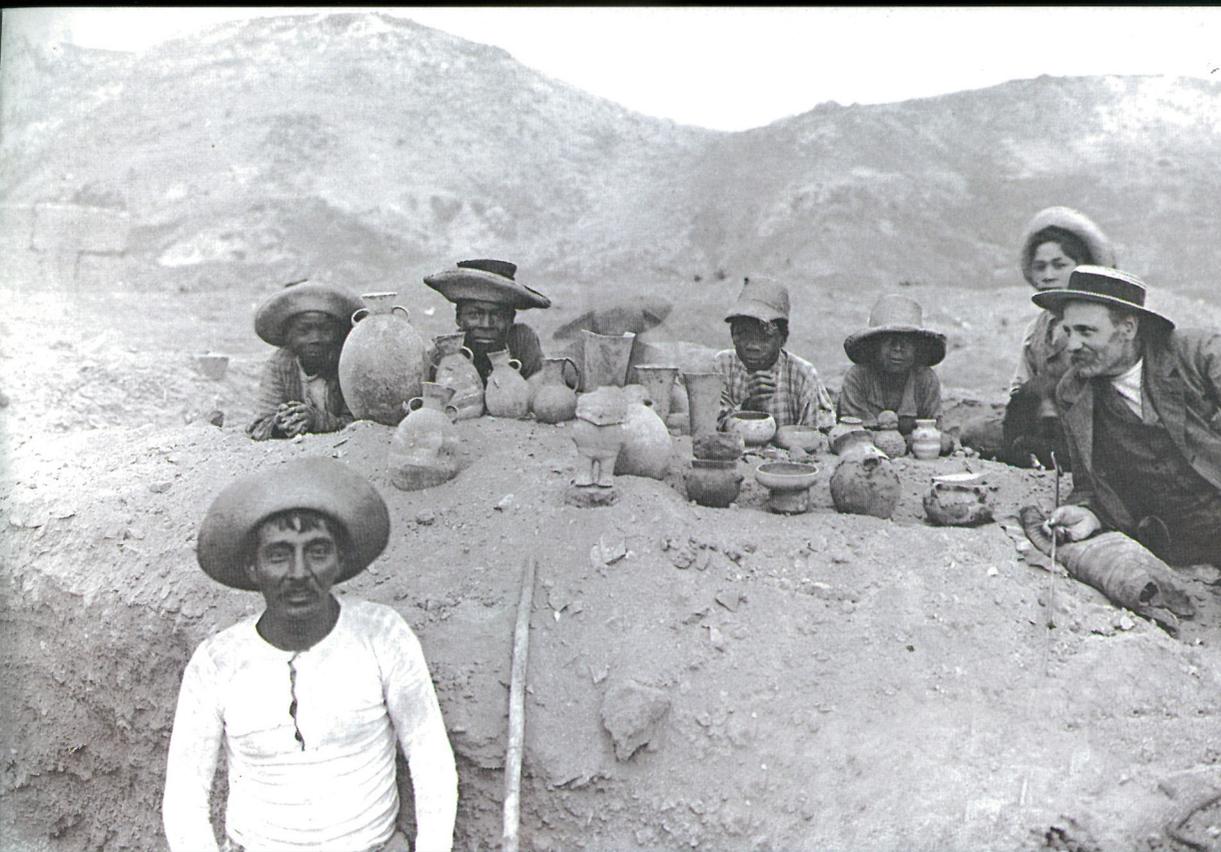
El Archivo Fonográfico de Berlín (Berlin Phonogramm Archive)

Con el entusiasmo propio de quien tiene en sus manos uno de los tesoros del mundo, la musicóloga alemana Susana Ziegler, nos mostró (en 1998) en el Museo Etnográfico de Berlín, los cilindros de cera que contienen grabaciones de muchos lugares del mundo, realizadas entre 1893 y 1943. La colección, que consta de 30.000 cilindros, la inició Karl Stumpf en 1900, siendo muy intensa la recopilación en el periodo en el que Erich von Hornbostel dirigió el archivo entre 1900 y 1933.

La distribución geográfica del registro abarca África (42.7%), Asia (18.4%), Oceanía (14.6%), Europa (12.6%) y América (11.7%). Una de las más antiguas es la colección de Franz Boas, hecha en 1893. Entre las grabaciones se encuentran las que Carl Stumpf y George Schuneman realizaron en los campos de prisioneros durante la Primera Guerra Mundial. Allí se encuentran las canciones de la tradición popular europea. Este material fue grabado en discos que nunca fueron publicados.

En 1944, los cilindros y otras colecciones del museo durante la guerra fueron evacuadas de Berlín. Dividida Alemania y bajo el dominio soviético, la colección de cilindros fue enviada a Leningrado (actual San Petersburgo); pero luego de un largo periplo, regresa a Berlín y desde 1991 se encuentran en el Museo Etnográfico. Para conservar mejor esta colección, los cilindros de cera fueron copiados en cilindros galvanizados, de tal manera que se puedan escuchar, sin dañar los originales, en el sistema fonográfico de Edison.

El trabajo etnográfico de Brüning en nuestro país es de gran amplitud: registra diversos aspectos de la cultura del pueblo Muchik. El archivo fotográfico, las notas de campo, los artículos publicados, así como su Diccionario Folclórico, nos muestra su interés por la arqueología, antropología, ecología, agricultura, arte, lingüística. No sabemos cuántos cilindros grabó Brüning; él estaba interesado en el registro de la lengua nativa, el Muchik, y según expresaba no era nada fácil hacer hablar o conversar a la gente delante del fonógrafo.



Viajero. El registro etnográfico que realizó el peruano alemán Heinrich Brüning a comienzos del siglo XX (aquí lo vemos en una de sus varias visitas a la sierra de Piura) incluyó la pesquisa musical, la cual registró a través de partituras y grabaciones.

La colección musical que vimos consta de 21 piezas. Es interesante observar las formas musicales registradas, la mayoría de ellas tienen continuidad y están vigentes en la cultura musical del norte. El estudio de las variantes, en estilo y carácter de los textos y la música será posible cuando comparemos las piezas grabadas con las que continúan vigentes en la tradición oral contemporánea.

En la relación de 21 piezas cabe destacar la *Danza Chimú*, pieza que fue también registrada en láminas y partitura por Martínez de Compañón y que se mantiene vigente en la Lambayeque en la actualidad. Esta pieza podría haber tenido una fuerte presencia emblemática.

La Concheperla es una marinera clásica en el repertorio costeño. Sobre la estructura formal aún se discute su afinidad con el tondero. Reconocemos en esta pieza, ejecutada con una flauta y percusión, la misma melodía que la Concheperla difundida hasta la actualidad.

Ya me voy a tierras lejanas es el verso con el que se inicia un Triste, difundido como Despedida. Llama la atención el tema *Flores Negras*, registrado como tondero. En la actualidad es muy conocido un *pasillo ecuatoriano* con el mismo nombre y la música grabada por Brüning corresponde al pasillo actual.

Relación de piezas y algunas anotaciones de campo que hiciera Brüning

1 *Marcha de Procesión* - Clarinete, chirimía y caja. Tocado por Francisco Cumpa y Francisco Angeles.

2 *El algarrobito* - Marinera en flauta y tambor.

3 *Serranita* - Flauta y tambor - 4 de mayo, 1910 (Éten).

4 *La Concheperla* - Flauta y tambor.

5 *Danza Chimú* - Grabada en Lambayeque el 5 de Mayo de 1924. Tocado por don José Albiteres León de Silacot (provincia de Contumazá), carpintero, en el tiempo en que estaba en la guarnición de la quinta infantería, de oficio carpintero, tocada en una gaita que él mismo ha confeccionado. Tanzmusic - Música de danza llamada "Huainu".

6 *Para Jugar a la Gloria* - Canto solo, masculino.

7 *Masika que aura panja a pastores en las (Pasenas) pascuas de Navidad* - Flauta y tambor.

8 Chirimía y caja tocador, por Francisco Cumpa y Francisco Angeles.

Marcha de Paseo de calle, Chirimía y tambor. (12 abril 1910)

9 Caelma, "La Pieva", Carlos de la Cour. Chinama. Piccolo - Flauta y Tambor (12 de abril de 1910).

10 *Triste*. Tres queñas, tocadas por tres mendigos ciegos en Catacaos. Lambayeque, 12 de junio de 1911.

11 *Serranita*. Éten, 14 mayo de 1910 - Flauta y Tambor.

12 *Cajita* y flauta. Francisco Angeles. Danza "Los perritos". Flauta y tambor.

13 Flauta doble. Tocado en Lambayeque el 25 de mayo de 1924, por José Albiteres León, provincia de Contumazá, en el tiempo que estaba en la guarnición. Melodía y canto: *Yo soy como las palomas* (yarahui). Estas melodías en las montañas son conocidas con el nombre de Yarahui.

14 *Ya me voy a tierras lejanas*.

15 *Un voluntario que se va a las filas del ejército*.

16 *Flores Negras* - Tondero en gaita, 9 de agosto de 1923. Interpretada por don Jenofonte Paredes de San Marcos, Departamento de Cajamarca.

17 *Cachaspari incaico*. Sonst wie oben.

18 *Triste huancabambino*. Sonst wie oben.

El Museo Etnográfico de Berlín ha hecho ya una edición y multicopiado de estas piezas grabadas por Brüning en un disco compacto con su respectivo folleto explicativo. Toca ahora al Perú, por medio de sus organismos especializados, hacer una edición para el pueblo peruano y que se conozca este legado. ◀



Belli, inédita cosecha

El poeta nos ofreció tres de sus inéditos, uno de ellos dedicados a Javier Sologuren. He aquí nuestras impresiones.



El texto que voy a leer es una suerte de mea culpa. Está dedicado a la Madre Natura y a Santa Cecilia, patrona de la música. Sentí que debía reivindicarme con dos elementos que durante todo mi trabajo creativo estuvieron relegados", dijo Carlos Germán Belli, en un momento de la ceremonia celebrada en el auditorio del Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, sosteniendo un grupo de hojas de papel, soporte material de los cantos que esa noche obsequió al público asistente.

La actitud de Belli es la del hombre multidimensional que se da tiempo para evaluar el sentido de sus acciones. Reflexiona y pasa momentos de soledad angustiosa recorriendo el camino extenuante de una vida asaz llena de experiencias. Sin embargo, está lejos de encontrarse agotado. La creación poética encarna una praxis que lo exime del asentimiento y lo sitúa en un proceso constante de interpelación de la realidad. El método, sin duda, adviene en el sentido mismo de la confrontación con la historia —hecha de momentos— y su prolongación en la inmortalidad de la palabra. Es importante resaltar en su trabajo último, en algunos de sus inéditos, esta suerte de retorno a los espacios y tiempos, tendencia al repaso de las circunstancias y de los transcurso, que se asocia cercanamente a la demanda de sí mismo por el

compromiso a paliar algunas omisiones (*A la Madre Natura y a Santa Cecilia, que es la patrona de la música*). Lejos de la queja, Belli entona un discurso evocador, vitalista y entrañable, dando a la forma castiza, a su experimento latente con el lenguaje, un color añejo, cercano a la crepuscular madurez en que se ciernen estos textos magistrales.

El discurso amoroso y la concepción de la muerte fluyen ambos, como dos plasmas esenciales en un sistema armónico. El poeta no deja escapar la oportunidad de urdir una anatomía del acto amoroso, auscultándolo, visando su poderosa condición bivalente: sublime / pecaminoso, espiritual / goloso (*Cuando el amor es como la gula voraz*). Asimismo, revive, en rito laudatorio y en encendido recuerdo liberado en el lenguaje, a un viejo compañero de generación, Javier Sologuren, con quien compartió una fuerte amistad. La memoria sobrevive no solo entre la evocación de ciertos elementos tangibles en torno del amigo, sino en la energía descargada de la poética sologureniana, es decir, su luz, sobre el poema homenaje (*Javier Sologuren, entre sus cenizas y sus obras completas*). Belli vuelve, de esta manera, a etapas de su vida con la intención de signar para siempre, el pacto suscrito con las fuerzas inseparables de la vida y la poesía. (José Carlos Picón).▲

Cómo agradezco por hallarme aún
en este reino de los seres vivos,
y poder así superar por fin
un par de imperdonables omisiones
desde la misma cuna perpetradas
no pensando en aquello que perdía;
pues de improviso ahora
cien mil tesoros inimaginables
aquí entre los sentidos,
que justamente un buen momento es hoy
para aquilatar lo olvidado ayer.

Cuán increíblemente es la verdad
aunque así son las cosas que ocurrieron,
que un mortal en el mundo haya vivido
sólo atisbando el alma suya siempre
y al unísono el buen sonar pesaba
de la palabra escrita por la pluma,
no percibiendo, no,
que entre el cielo y el suelo enteramente
está Madre Natura,
y menos escuchando alguna vez
de Adán la dulce música ideada.

Comenzó de improviso todo allá
en los mismos umbrales de la vida,
cuando la subllunar Madre Natura
palpita en cada cardinal paraje,
aunque nunca más me percataré
de la tangible jurisdicción máxima
por ser indiferente
como un fulano en hielo convertido,
y sólo preferir
no las grutas de estalactitas claras,
mas sí los antros de uno mismo oscuros.

Pero otro imperdonable gran olvido
por mí inconscientemente perpetrado
al hacer que uno y otro oído queden
muy lejos de la suma melopea,
que de Santa Cecilia los devotos
han creado en sus respectivos sesos,
sonido sacrosanto
intacto pese al paso de los siglos,
y no obstante tal cosa
un mortal va al ocaso desde el alba
con orejas no del linaje humano.

Es éste un mea culpa inevitable
por haber omitido a cada rato
lo mejor de la vida terrenal,
como si desde feto los soberbios
sentidos embotados por entero
y desde ya secuaces del olvido;
que al fin, Madre Natura,
al fin, Santa Cecilia, estoy aquí,
y aunque muy vergonzoso
hállome feliz sea como fuere,
porque vosotras sois la pura vida.

CUANDO EL AMOR ES COMO LA GULA VORAZ

Adán subllunar a más no poder
besa como chupándose los dedos
bajo la ley de la voracidad,
y su alma se aproxima muy resuelta
al gran hambre y al ardoroso amor,
naciendo en ella una identidad nueva
cuando el ansioso humano
asume toda la avidéz del vientre,
y entonces por el gusto se aceleran
los latidos del corazón puntuales.

Este brío que de muy dentro viene
y por ascender desde las honduras
resulta justo equipararlo ahora
con las ansias del comensal feliz,
por las cuales el aire espiritual
en fuego inapagable se transmuta,
y consecuentemente
be aquí un borno en el cuerpo crepitando,
donde el corazón pasa a ser voraz
o por las brasas o el supremo amor.

Cada brío impulsado por la gula,
y por tal becho el existir acá
se torna en comilona interminable
más allá de mañana, tarde y noche,
y aun de cada estación del año fija,
que Adán subllunar con sus tantas ganas,
cómo se banquetea
ya en la mesa y la cama por igual,
ya ambas entremezcladas con firmeza
hasta alcanzar un acto indivisible.

¡Ab! el alma pía ayer ahora cambia,
descubriendo por fin el infinito
sin apartarse del corporal fendo
y desde allí partir hacia el Orión,
que así las circunstancias se producen
cuando en goloso muda el amoroso,
aunque sin dejar nunca
el mismísimo ser espiritual,
¡que adorar y comer tan ricamente
desentraña el misterio de la vida!

JAVIER SOLOGUREN,
ENTRE SUS CENIZAS Y SUS OBRAS COMPLETAS

Entre unas ligerísimas cenizas
casi por extinguirse allá en los aires
y tus páginas hasta en diez volúmenes
incólumes en tanto dure el mundo,
que en ello ras con ras y de improviso
te has convertido hoy día
por propia voluntad,
al querer consumirte en puro fuego
para que de tu vida señal no haya,
salvo cada palabra por ti escrita.

En conclusión ni un mínimo vestigio
de tu esqueleto y carne terrenales
habrá en las cercanías de esas flores
que ejemplarmente tú tanto admirabas
bien de viva voz, bien de puño y letra,
y del humus recóndito
sí te alejas ahora,
optando por entrar a toda prisa
en el ignoto seno de la nada,
en vez de estar mañana en un jardín.

Mas desde cuando joven celebraste
la boda de la letra con la pluma,
aunque tu mente nunca codició
triunfar en una justa literaria,
o la gloria después de la existencia,
y pese a ser esquivo
de estas humanas cosas,
allí está finalmente tu legado
de cara al verdadero tiempo eterno,
al trocar en crisol la blanca página.

Una vez más ejemplo eres muy claro
de que el supremo fuego constituye
la inspiración que alumbraba una y otra arte,
según lo prueba cada verso tuyo,
donde en vez de cenizas hay palabras,
que escribir solamente
con el fervor justísimo,
no obstante es una brasa inapagable,
conforme inmarcibles son tus flores,
¡tal rosa, tal cucarda así por siempre!

Estudio sobre los quipus

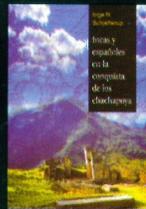
Carlos Radicati di Primeglio
Lima, Fondo Editorial de la Universidad Mayor de San Marcos (Colección Clásicos Sanmarquinos), COFIDE, Fundación Temple-Radicati, Estudio introductorio de Gary Urton, 1ra edición, Abril 2006
408 págs.



El profesor Carlos Radicati fue el más grande coleccionista de quipus que haya vivido en el Perú. Su colección personal, compuesta por piezas de diversos tipos y tamaños entre quipus, yupanas y quilcas, encontró cobijo en la Universidad Mayor de San Marcos. De hecho, a su muerte, ocurrida en 1990, la universidad decana de América adquiere, por sucesión, la totalidad del material coleccionado pero recién dieciséis años más tarde aparece por fin la tan esperada obra del profesor Radicati, Estudio de los quipus, con el añadido de un valioso texto introductorio realizado por Gary Urton, cabal sucesor del italiano en la monumental empresa de descifrar las formas de comunicación y contabilidad de los antiguos peruanos.

Incas y españoles en la conquista de los chachapoya

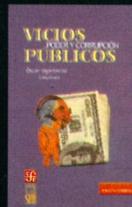
Inge R. Schjellerup
Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú & Instituto Francés de Estudios Andinos, 1ra edición castellana, Octubre 2006
641 págs.



Originalmente sustentada como tesis doctoral en la Universidad de Gotemburgo, hacia 1977, Incas y españoles en la conquista de los chachapoya es el más completo estudio efectuado hasta hoy sobre la misteriosa nación chachapoya (siglos IX al XV), una de las expresiones más atípicas del mundo prehispánico. El estudio de Schjellerup, curadora del Nationalmuseet de Dinamarca, aborda todos los espacios de desarrollo de esta cultura nororiental, no solo a través de herramientas tradicionales como la etnohistoria y la arqueología sino de la antropología, la lingüística, la geografía, la demografía, la geología, la hidrografía, la medicina y algo tan novedoso como la etnobotánica. El trabajo pasa revista no solo al periodo inca (Cochabamba) o los distintos sitios preíncas (Papamarca, Kuélap) sino también al impacto social de la conquista española en la región.

Vicios públicos. Poder y corrupción

Oscar Ugarteche (compilador)
SUR Casa de Estudios del Socialismo
Fondo de Cultura Económica, 2005
368 pp.



Oscar Ugarteche reúne un grupo de ensayos -de diversos autores y disciplinas-, que desbrozan extremidad por extremidad, orgánulo por orgánulo, un fenómeno que en nuestro país suele ejercitarse en el mismo césped que una disciplina deportiva: la corrupción. Los trabajos atraviesan esta pátina viciosa y que de manera alarmante asoma por nuestra cotidianidad. El poder es asediado como plataforma que envilece y desarrolla en sociedad, muy cerca de nosotros. Economía, antropología, psicoanálisis, sociología, estudios culturales y políticos son las sondas de esta autopsia.

Las tres estaciones

Oswaldo Reynoso
Lima, Fondo Editorial del Instituto Nacional de Cultura, 1ra edición, 2006
88 págs.



La condición tribal de la ciudad y los rituales juveniles de las clases populares, son temas de fondo en los libros de Oswaldo Reynoso, uno de los narradores más constantes de la generación del 60, aunque haya quienes lo consideren una suerte de coda de la generación anterior. Desde Los Inocentes (1961) hasta Las tres estaciones (2006), todos los textos de Reynoso, con la salvedad de la novela de tema oriental Los eunuocos inmortales (1995), transitan una estética y una ética de la pobreza tan peculiares en su exposición lingüística -un discurso neorrealista si bien pleno de lirismo, provisto también de sordidez-, que es complicado encontrar narrativas similares a la suya en nuestra tradición. Las tres estaciones, retablo de cuentos escritos en los años cincuenta pero abandonados, restaura el aroma inicial de la narrativa de Reynoso, a través de intensas escenas tribales y barriales muy en el tono de sus primeros libros.

Historia marítima del Perú. La República, 1879 a 1883.

Melitón Carvajal Pareja
Lima, Instituto de Estudios Histórico-Marítimos del Perú, Tomo XI, Vol. 2, 1ra edición, 2006
868 págs.



La historia marítima y naval del Perú es sorprendente, pero puede que sea más sorprendente aún la poca atención que recibe su expresión historiográfica, en particular esta monumental enciclopedia, no solo por legos distraídos sino también, increíblemente, por especialistas. Escrita con rigor y detalle, la Historia marítima del Perú, colección que viene siendo publicada desde hace varias décadas por el Instituto de Estudios Histórico-Marítimos de la Marina de Guerra, nos muestra, sin ahorrarse nada, amén de sus textos interpretativos, las fuentes históricas oficiales de nuestra completa navegación, y, en este tomo, las de la Guerra del Pacífico: documentos, memorias, cartas, mapas, inventarios, partes de guerra, diarios de bitácora, relaciones de armamento, entre otros valiosos materiales a través de los cuales podremos conocer aspectos no revelados de la Guerra del 79.

La historia de Chuco y Pillucho

Ilustración: Fredy Vivar

Los relatos modelícos caracterizan la literatura oral andina. En ellos se recogen las expectativas y temores de la sociedad no solo a través de metáforas con la naturaleza sino también de duras ironías. Como parte de nuestro especial sobre Vilcashuamán, aquí el cuento ganador de un concurso escolar sobre narraciones orales.

En un pueblo llamado Quillque, al noroeste de Vilcashuamán, hay un cerro llamado Chuco. Es el jefe de los cerros y es el más grande. Hace muchos años tuvo un ayni con el cerro Pillucho, que está al frente. El cerro Chuco era muy rico en todo, excepto en cereales, y Pillucho tenía una deuda con el cerro Anahuarque, ubicado a su costado.

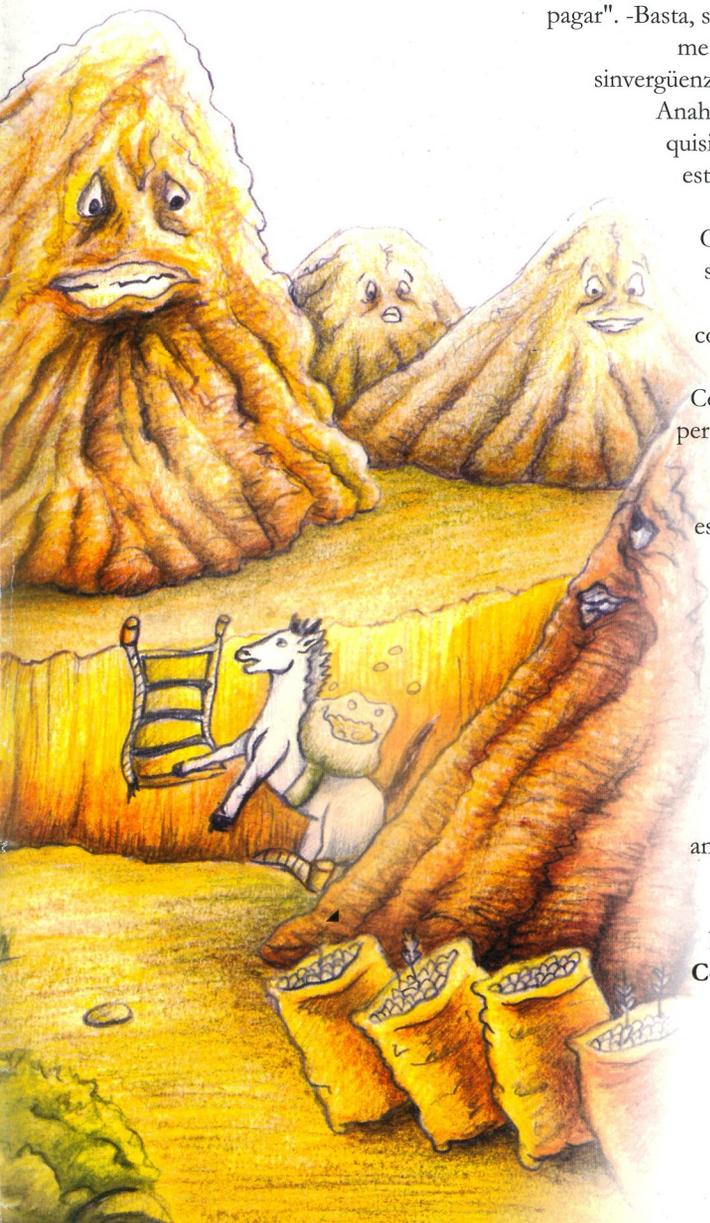
Entonces Pillucho le pide un ayni a Chuco diciéndole "Señor Chuco, quisiera que me preste su dinero por favor". "¿Para que quieres dinero?", contestó Chuco. -Para pagar la deuda que le debo a Anahuarque, me dio solo tres días y si no cumplo, seré arrestado, trabajaré duro para Anahuarque, respondió Pillucho. "Ja, ja!, ¿tienes deuda con Anahuarque, te has prestado de él? Él nunca te deja en paz, es muy apurado, pero yo tengo suficiente y no me presto de nadie. -Sí, es muy apurado, afirmó Pillucho, para ya no prestarme nunca de él quisiera que me prestes tu dinero. "Está bien, pero me tienes que dar algo como prenda", dijo Chuco. -Está bien, te daré mis cereales, esa es la única riqueza que tengo después de mis animales". "Entonces ahora mismo te envié el dinero", dijo Chuco.

Chuco le mandó todo su dinero en un caballo blanco que debía cruzar un puente que había entre Chuco y Pillucho. Cuando el caballo estaba a la mitad, el puente se rompió y el caballo cayó al río y perdió todo el dinero porque el río se lo llevó. Chuco gritó con fuerza "¡Nooo! Perdí todo mi tesoro y todo por tu culpa Pillucho, me las vas a pagar". -Basta, señor Chuco, ya que no llegó el dinero que yo te pedí, quisiera que me devuelvas mis cereales. "Esta bien, te devolveré, no quiero ser un

sinvergüenza, pero esto no se va a quedar así, ya verás". Al día siguiente llegó Anahuarque donde Pillucho y le dijo "ya que tú tienes bastantes cereales quisiera la cuenta que me debes me lo devuelvas en cereales". -Bueno, está bien, si te doy mis cereales, todavía me quedan mis animales. Le dio todos sus cereales y la cuenta fue solucionada.

Chuco perdió todo su dinero en el caballo que cruzaba el puente y se cayó al río, que hasta hoy en día sigue ese caballo convertido en piedra y está situado al borde del río de Quillke. Chuco se quedó con un poco de animales y como no se quedó conforme, comenzó a robar animales de los distintos cerros que se encuentran cerca. Como prueba de que Chuco hasta hoy tiene animales es que cuatro personas de apellido Huamaní pasaban por ese lugar y vieron que en la pampita de Chuco había niños reuniendo las vacas, caballos y ovejas con sus huaraquitas, cantando alegremente. Los niños escucharon a los extraños y del cerro se abrió una puerta tremenda y allí se metieron animales y niños rápidamente; pero por juntar rápido los niños, sobró una vaca. Y esos señores Huamaní capturaron esa vaca y le trajeron al pueblo y contaron lo que sucedió; esa vaca dio muchas crías y aumentó, por eso los pobladores dicen que las vacas de los Huamaní es raza mejorada.

Por eso la gente de Quillque dice que Chuco es ratero, alcahuetero, porque cuando cualquier animal llega a la pampa de Chuco es para que se pierda; cuando las personas envían sus animales y lo dejan sin cuidado de nadie, el cerro los oculta, a pesar que le dan "pagapu" para que cuide. Pero Chuco se convirtió en ratero desde el día en que perdió todo su dinero por culpa de Pillucho. **(Recopilado por Deysi Pariona Rojas, 4to año A del Colegio General Córdova de Vilcashuamán. Primer puesto en el Concurso de Relatos organizado por los antropólogos Alberto López Alarcón y Ladislao Landa Vásquez del PPV-QÑ, julio 2005).**



Simposium Internacional del Oro - Noche de Arte - Bienal Gastronómica Peruana

Exposición Permanente - Exposiciones temporales - Talleres de Arte - Vértice de Cultura - Orquesta Sinfónica Nacional - Ballet Nacional

Visite

MUSEO DE LA NACION



El lugar de los grandes
eventos culturales.



Av. Javier Prado Este 2465, San Borja / Telf.: 476 - 9933 / 476 - 9875 / Anexos: 238 - 231

Conciertos - Biblioteca - Restaurante - Cafetería - Librería - Talleres - Exposiciones Temporales - Actividades para Niños
Talleres - Domingos de Folclore - Auditorios y Salas de Uso Múltiple - Coro Nacional - Visitas Guiadas

