

Centros Culturales, espacios para la integración

Anita Tavera



Fotografía: cortesía Centro Cultural PUCP

La libertad de crear, participar y disfrutar de la vida cultural son principios fundamentales para el desarrollo de nuestra sociedad¹. En el Perú gran parte de la producción de actividades artísticas y programas educativos se realizan gracias a la gestión de diferentes instituciones e iniciativas privadas como museos, asociaciones, universidades, embajadas, etc., que han contribuido, con sus recursos humanos y económicos, el acceso a la cultura a diversos tipos de públicos.

Este artículo presenta un panorama general de los centros culturales de la ciudad de Lima y concluye con entrevistas realizadas a Alicia Morales Dasso, Directora Ejecutiva, y Alfredo Luna Briceño, Gerente Administrativo, del Centro Cultural de la Pontificia Universidad

¹ Artículo 27.- Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. Declaración Universal de los Derechos del Hombre, UNESCO, 1948.

Católica del Perú y a Fernando Torres Quirós, Director Cultural del Instituto Cultural Peruano Norteamericano, gestores, que a través de sus diversas experiencias nos ilustran sobre los logros y aportes de sus respectivas instituciones.

Hoy en día los centros culturales son instituciones dedicadas a la promoción y difusión de diversas expresiones artísticas, académicas y de investigación, que los han convertido en espacios dinámicos para la integración de gestores, creadores y público. Son también receptáculos para el intercambio de ideas y fuentes de información especialmente para las personas que no han tenido oportunidad de acceder a la educación formal.

Éstos a su vez fomentan las llamadas "industrias culturales"², pues contribuyen al fomento de productos editoriales; por ejemplo, muchas exposiciones de artes visuales, quedan registrados en catálogos y libros; así como las artes escénicas, eventos literarios, seminarios, etc., en material audiovisual y fonográfico. Es importante señalar que aparte de la elaboración de folletos con agendas mensuales, han expandido sus fronteras de difusión a través de Internet³ con lo cual permiten tener acceso a la programación actualizada, información de archivo, artículos de interés, enlaces y blogs. Se ha generado una cadena de producción para la obtención de recursos con lo cual han creado activos para financiar sus actividades.

El incremento de la producción y consumo de servicios culturales⁴, es visible en la asistencia de personas procedentes de diversas zonas de la ciudad que destina su tiempo libre y dinero para participar de eventos que, por sus altos costos de organización, muchas veces no son gratuitos, como por ejemplo las artes escénicas⁵: teatro, danza, música, etc., y el cine. En este sentido los gestores buscan el apoyo de la empresa privada sin lo cual sería imposible financiar el total de su realización⁶. A pesar de que por parte del Estado peruano no existen los incentivos tributarios, estas organizaciones contribuyen con recursos económicos y con ello consolidan su imagen corporativa y en algunos casos cumplen sus objetivos de responsabilidad social.

Un aspecto importante de señalar es que este movimiento ha creado puestos de trabajo y la necesidad de especialización de profesionales en el campo cultural. La mayoría de centros funcionan con una estructura organizativa que contempla una Dirección, Administración,

2 Según la UNESCO "El término industrias culturales abarca aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos que son inmateriales y culturales en su naturaleza. Estos productos normalmente están protegidos por *copyright* y pueden tomar la forma de bienes o servicios. El concepto de industrias culturales, también llamadas "industrias creativas" o industrias de contenidos, incluye la impresión, publicación, multimedia, audiovisuales, productos fonográficos y cinematográficos, así como artesanías y diseños". Sobre el tema ver: "Las Industrias Culturales" Edición especial de El Dominical, suplemento de actualidad cultural de *El Comercio*, 8 de junio del 2008.

3 "El espacio de Internet es una de las áreas fundamentales del espacio público contemporáneo. Las siguientes características precisan los alcances de Internet como instrumento de producción y difusión cultural: reproduce contenidos culturales y de otra índole de los medios convencionales, llámese televisión, cine, prensa o radio; es un medio de comunicación con posibilidades interactivas que no tiene los medios tradicionales; permite el desarrollo de formas de experiencia e intercambio de productos culturales que aprovechan la versatilidad de formatos, la intemporalidad y la ausencia de barreras geográficas que tiene la Red(...)". María Teresa Quirós "Internet: juego de identidades y nuevos espacios de comunicación de los jóvenes". En: Industrias culturales. Máquinas del deseo en el mundo contemporáneo. Lima: Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú, 2007, p.236.

4 Las "actividades, bienes y servicios culturales" se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales, París, 20 de octubre de 2005.

5 Un estudio al respecto está detallado en *El impacto económico de la cultura en el Perú*, publicado por el Convenio Andrés Bello y el Instituto de investigación de la Universidad San Martín de Porres el año 2005.

6 "...el Estado tiene que procurar y garantizar el mecenazgo, por ejemplo, facilitar la deducción de impuestos, para que el sector privado financie actividades culturales que el Gobierno no desarrollará. En segundo lugar, el Gobierno debe revalorar el aporte económico de las políticas que promueven lo cultural y, finalmente, una participación mayor del INC en el tema, para que asuma la promoción y seguimiento de más industrias culturales". "Habrá más desarrollo con industrias culturales". En *El Comercio*, 10 de junio de 2008, a4.

Contabilidad y equipos de trabajo de acuerdo a sus objetivos institucionales como por ejemplo Departamentos de Actividades Académicas, Culturales, Museografía y Difusión. Nada de esto se lograría sin la participación del personal técnico responsable del montaje para cada tipo de evento.

De acuerdo a la información que se puede obtener de la web y del Directorio de la Cultura y las Artes en el Perú, publicado el año 2006 por el Instituto Nacional de Cultura⁷, podemos hacer una división según las instituciones y organismos a los que están vinculados. Mencionamos algunos ejemplos:

Organismos oficiales de embajadas afincadas en el Perú para servir como puente de intercambio cultural entre países: Centro Cultural de España, la Alianza Francesa, Instituto Italiano de Cultura, Instituto Goethe, entre otros.

Instituciones Culturales binacionales que promueven vínculos de cooperación e intercambio y de aprendizaje del idioma: Instituto Cultural Peruano Norteamericano, el Centro Cultural de la Asociación Cultural Peruano Británica, Centro Cultural Peruano Japonés, etc.

Dependientes de las Sub Gerencias de Cultura de los municipios: Centro Cultural Ricardo Palma de la Municipalidad de Miraflores.

Universidades nacionales y privadas como intermediarios entre la vida académica y la comunidad: Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Centro Cultural Ccori Wasi de la Universidad Ricardo Palma, Centro Cultural de San Marcos, Centro Cultural de la Universidad Federico Villarreal, entre otros.

Organismos del Estado: Centro Cultural Inca Garcilaso del Ministerio de Relaciones Exteriores, Centro Cultural CAFAE-SE "José María Arguedas".

Fundaciones: Centro Fundación Telefónica.

Asimismo debemos mencionar los organizados por iniciativas particulares que han surgido en diferentes conos de Lima gracias a grupos de creadores independientes comprometidos con su comunidad, como por ejemplo Vichama, en el distrito de Villa el Salvador, Yachay, en El Ermitaño, Independencia, y la Casa Cultural Martín Olivos en el distrito de Los Olivos⁸.

Con referencia a los edificios, algunos centros están emplazados en monumentos, los cuales han conservado sus valores arquitectónicos formales pero adaptados a nuevos usos como es el caso del Centro Cultural de San Marcos que funciona en la histórica "Casona", restaurada por la Agencia Española de Cooperación Internacional. Asimismo se han ejecutado nuevas construcciones con una infraestructura moderna y funcional compuesta por galerías de arte, auditorio, teatro, cine, cafeterías y otros espacios necesarios para brindar comodidad a sus usuarios.

En cuanto a los servicios es importante señalar que las bibliotecas, se han convertido en espacios vitales de actualidad bibliográfica como la del Centro Cultural de España, institución que además ha creado un Centro de Documentación de Arte Peruano y un Laboratorio de Experimentación "Un espacio dirigido a artistas, historiadores, curadores y críticos de arte para presentar proyectos individuales, multidisciplinarios, experimentales, arriesgados y en construcción"; cuenta también con una web⁹ considerada una de las

7 Archivo en pdf <http://www.inc.gob.pe/index1.htm>

8 En un artículo publicado en el diario *El Comercio* se presenta en cifras el potencial del norte de Lima para el desarrollo de actividades culturales como las artes escénicas. 28 de junio de 2008, sección Economía y Negocios, b1.

9 <http://www.ccelima.org/>

mejor diseñadas en el medio, igualmente el Centro Fundación Telefónica¹⁰, “destinado a la difusión, el estudio y el desarrollo de la creación artística y de las expresiones culturales que usan como soporte las nuevas tecnologías”. Asimismo cuenta con un interesante programa educativo, en el marco de las exposiciones, dirigido especialmente a escolares y profesores.

Fotografía: cortesía Centro Cultural PUCP



Fachada del Centro Cultural de la PUCP.

Entrevista a Alicia Morales Dasso, Directora Ejecutiva y Alfredo Luna Briceño¹¹, Gerente Administrativo del Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú

En todos los años de trayectoria del Centro Cultural de la PUCP, ¿Cuáles considera que son sus principales logros?

En mi opinión, nuestro logro más importante es haber reactivado en nuestra ciudad, y también en

el país, el modelo de centro cultural como unidad de promoción y gestión de diversas manifestaciones culturales. Ello, unido a la apuesta de diversas instituciones y empresas, ha propiciado que el ambiente cultural limeño se haya transformado. La movida cultural limeña del 2008 es bastante más rica y diferente de la que existía en el año 1994, cuando iniciamos nuestras operaciones. Otro logro importante es haber alcanzado un desarrollo sostenido en aquellos proyectos que hemos iniciado. Así, por ejemplo, el Festival de Cine ya tiene 12 versiones; y el ciclo de teatro Otras apuestas, dirigido a apoyar a directores nuevos, va por su quinta versión. En el área académica llevamos ocho versiones del programa de Narrativa, por ejemplo.

¿Cuáles son las actividades que más destacan en su programación y los criterios para la selección de las mismas?

Destacan aquellas actividades que tienen sostenibilidad en el tiempo, pues son las que, en definitiva, han sido aceptadas por la sociedad en su conjunto: críticos, especialistas y público en general. El criterio de selección es muy simple: apuntamos a que el contenido de nuestra programación concuerde con la línea de Excelencia prevista en nuestro plan estratégico. Todas las actividades que se programan buscan satisfacer una necesidad de la comunidad y se enmarcan dentro del plan ya mencionado con el fin de trascender en el largo plazo. No podemos programar hoy una actividad que no nos abra posibilidades más grandes e importantes para el público ávido de cultura de mañana. Asimismo, somos conscientes de que requerimos proponer una programación atractiva para aquel público que está tan familiarizado con las propuestas culturales alternativas. Tratamos de ser fieles a nuestro lema “No hay público sin cultura, ni cultura sin público”.

¹⁰ <http://centro.fundaciontelefonica.org.pe/index.htm>

¹¹ Entrevista enviada via correo electrónico el 10 de julio de 2008.

Considerando que la galería del Centro Cultural de la PUCP es una de sus fortalezas, ¿Cuáles son los criterios de selección de las exposiciones?

No podemos negar que la programación de una galería en nuestro Centro Cultural siempre va a generar controversias entre el crítico, que desea una programación a su gusto, y el visitante común y corriente, que desea acercarse a una muestra y tratar de entenderla. Por ello, la galería del Centro Cultural se ha abocado a trabajar en tres líneas: ofrecer al público peruano una muestra internacional de gran formato, con el objetivo de mostrar contenidos de una capital de primer orden. No podemos dejar de reconocer que nombres como Botero, Warhol, Lam o Matta concitan una gran cobertura publicitaria, que, a su vez, atrae nuevo público. En segundo lugar, dar cabida a nuevas propuestas y a nuevos talentos, porque no dejamos de ser un centro cultural universitario, y esto nos obliga a dar oportunidad a los jóvenes. Finalmente, ofrecer un espacio a la producción de nuestra Universidad: las facultades de Arte y de Arquitectura disponen de un lugar donde exponer el trabajo de sus estudiantes y acercarlo a la comunidad.

¿Qué relación tiene la programación con las actividades académicas de la Universidad?

Nosotros respondemos a una política establecida en nuestra Universidad con relación a los cursos de extensión y formación continua. Muchos de nuestros profesores son docentes en la Universidad Católica y casi todos egresados de ella. Sin embargo, no existe una relación directa con la programación de las actividades académicas regulares de la Universidad, en el entendimiento de que nuestro público busca algo distinto al contacto con la investigación o el conocimiento teórico que se brinda en las aulas universitarias: busca una aproximación a la experiencia práctica y a herramientas útiles en su vida diaria. Así por ejemplo, una persona que viene a un curso de expresión oral y corporal no pretende dedicarse a la actuación, sino mejorar la calidad de su interrelación con la comunidad.

¿El Centro Cultural de la PUCP es independiente de la Administración General de la Universidad o maneja y gestiona su propia economía?

El CCPUCP es una unidad de la Universidad, por lo que se rige por su estatuto, reglamentos y demás normas que de ella emanen. Sin embargo, el Centro Cultural tiene un presupuesto anual que incluye una subvención (inversión) de la Universidad. Claro está que el Centro debe generar recursos, pues la subvención no es suficiente para cubrir las necesidades de realización de nuestros proyectos. Un presupuesto siempre debe responder a un plan de corto plazo y también a uno estratégico; por ello, aunque la decisión de los proyectos es autónoma, estos obligatoriamente van precedidos de un análisis para evaluar el beneficio (tangibles e intangibles) y los costos involucrados. Informamos regularmente al Rectorado sobre los proyectos más importantes, y tenemos en consideración que nuestras actividades deben adecuarse a los fines institucionales y políticas presupuestales de nuestra institución.

¿Han realizado estudios de público? ¿Cuáles han sido los resultados?

En los catorce años de vida del CCPUCP, hemos realizado seis estudios de mercado, cuatro de ellos a cargo de firmas especializadas, y los otros dos a cargo de nosotros mismos. El último estudio fue contratado a una prestigiosa firma local y culminó hace 12 meses, y ha servido para contar con valiosa información para la formulación de nuestro próximo plan estratégico, reorientando nuestros objetivos a largo plazo a fin de reafirmar nuestra propuesta cultural.

¿Cuál es su público objetivo? ¿Qué estrategias han utilizado para lograr captar más público?

La naturaleza de las actividades del CCPUCP no nos permiten segmentar hacia un solo nicho nuestro mensaje, pues es muy diferente el público que viene a los cursos del que asiste a la galería; e, inclusive, es diferente el espectador teatral que el cinéfilo. Por ello, hemos tratado de proporcionar, en cada una de las actividades, las condiciones de excelencia que están a nuestro alcance, sin renunciar a la posibilidad de ir variando los medios de comunicación e inclusive los estilos para acercarnos a nuevos sectores de la sociedad.

Queremos que venga la mayor cantidad de público posible, pero somos conscientes de que una obra de teatro tiene un costo que determina un precio de venta. Por grande que sea la subvención de la PUCP, el precio es alto, y aleja a un gran público. Demás está mencionar que nuestra ubicación también ofrece restricciones para muchos habitantes de la capital.

Sin embargo, y como ejemplo de atracción para el público en general, la gran exposición "La libertad y la vida" sobre Mario Vargas Llosa, que se presenta en la Casa-Museo O'Higgins, ubicada en el Jirón de la Unión, es de ingreso libre. La exposición ha convocado, en sus 30 primeros días, a más de 22,000 visitantes de todos los estratos socio-económicos.

Debo mencionar que montar la exposición en el Jirón de la Unión fue una decisión acertada, considerando que Vargas Llosa es un escritor de todos los peruanos y que el centro histórico de Lima sigue siendo un lugar donde se concentra gente de diversos orígenes geográficos, pues muchas personas pasean, comercian y trabajan ahí. La decisión fue valiente porque conocíamos las dificultades (obras viales) para visitar el centro histórico. Mantuvimos la firmeza frente a un sector conservador de nuestros amigos usuarios quienes nos sugería que la hiciéramos en un lugar más "céntrico", mirando a esta zona (San Isidro-Miraflores) de la ciudad que es cercana, y más cómoda, para los que más tienen.

Ante la inminente demanda de oferta cultural en otros sectores de Lima, ¿El Centro Cultural de la PUCP persigue ampliar sus fronteras hacia los conos de la ciudad?

Consideramos que desarrollar nuestra actividad en San Isidro es muy cómodo para nosotros, pero incompleto en función de nuestra responsabilidad social. Por ello, desde hace algunos años iniciamos un trabajo descentralizado, llevando algunas de nuestras actividades al interior del país y también a otras zonas de la ciudad. Hemos buscado y encontrado alianzas interesantes con gobiernos locales para desarrollar actividades culturales. Tenemos experiencias con muy buenos resultados en alianza con el antiguo proyecto "El Teatro Municipal renace", con el que presentamos cuatro grandes obras en el mismo teatro siniestrado en el centro de Lima. También hemos desarrollado actividades en los distritos de Magdalena, San Miguel y en la región Callao. Tenemos la suerte de contar con otros centros culturales como aliados, como es el caso de VICHAMA en Villa El Salvador. Con su participación llevamos el Festival de Cine a dicha zona de Lima, descentralizando este evento. En algún momento también tuvimos como sede a CINEPLANET en Los Olivos. Sin embargo, debo reconocer que no adecuamos la difusión del Festival a esta parte de la ciudad, y este fue un punto débil.

Nuestro plan estratégico plantea como una de las áreas de acción la descentralización de las actividades, para lo cual seguimos en la búsqueda de aliados. Para el año 2009 nos proponemos realizar por lo menos tres actividades de relevancia, una por cada cono de la ciudad: este, norte y sur. Se planea desarrollar actividades que sensibilicen a las poblaciones y las atraigan a la cultura como una nueva manera de recreación.

Estados Unidos y del Perú, que son digamos los países anfitriones. El ICPNA se ha convertido en el *melting pot* de la cultura en Lima, acaba de terminar el Festival Contemporáneo de Danza y hemos tenido a Brasil, México, Costa Rica y de Estados Unidos en esta ocasión tuvimos a Nueva York y California. En ese aspecto el ICPNA ha ampliado sus redes de trabajo, ha ampliado su visión como institución cultural comprometida con la difusión del arte y la cultura sin diferencia de orígenes geográficos o políticos.

¿Tienen establecido un presupuesto anual?

Nosotros partimos de la programación cultural. Tenemos dos grandes programas en el Departamento Cultural que es Artes Escénicas (dos auditorios) y Artes Visuales (seis galerías de arte). En Artes Visuales tenemos programado en una galería seis a siete muestras al año, en otra tenemos una al mes. En Artes Escénicas tenemos actividades todos los días en los dos auditorios, a veces hasta tres actividades en el día. Dentro de esta programación mensual siempre hay actividades que son las más destacadas, por ejemplo en cada mes tenemos un Festival, por ejemplo el Festival de Jazz en abril, el Festival Internacional de Guitarra en marzo, Festival Internacional de Danza Contemporánea en junio, Festival Internacional de Música de Cámara con una entrada libre que se realiza en agosto, la Muestra Internacional de Teatro que se realiza en octubre, Festival de Teatro Peruano Norteamericano que es

Fotografía: cortesía ICPNA



Manuel Miranda y Tinku en el XVIII Festival Internacional de Jazz del ICPNA.

un concurso con premios, bienal. Tenemos muestras antológicas o proyectos de arte popular que hacemos en sociedad con la Universidad Ricardo Palma¹³, o proyectos con otras instituciones porque los costos de éstos son muy altos, entonces tenemos que recurrir al apoyo de otras instituciones pero tenemos una base presupuestal con la que podemos negociar. Somos muy

cuidadosos pues no podemos sacrificar un proyecto por los gastos porque además hay siempre un intangible que es muy importante y que cuesta muchísimo dinero que es la imagen que se vende a través de las actividades culturales.

Considerando que la galería ICPNA de Miraflores es una de sus principales fortalezas ¿Cuáles son los criterios de selección de estas muestras?

En este momento es evidente que la galería es tal vez nuestro principal atractivo, no solamente por la calidad de las exposiciones sino porque el espacio es el mejor que hay en el Perú en términos de galería. Afortunadamente tenemos muestras que son sumamente importantes. En cada muestra se está editando libros, porque proyectos, como por

¹³Desde el año 2001 existe una alianza entre la Universidad Ricardo Palma y el ICPNA para la investigación, exposición y edición de publicaciones de Arte Popular donde destaca el Cajón de San Marcos, La loza de la tierra, El fruto decorado, La trama y la urdimbre: textiles tradicionales del Perú y el último libro editado el 2008 *Orígenes y devociones virreinales en la imaginería popular*.

ejemplo el de Arte Popular, surgieron con la intención de dejar una documentación que hasta entonces era tan escasa y yo creo que el ICPNA puso un hito allí. La idea es que se invierte mucho dinero en la organización de una exposición, es un éxito y viene muchísima gente pero ahí termina, lo que va a quedar es el documento, el libro, el catálogo, que no solamente va a servir para perennizar la presencia de esa exposición, sino también como punto de referencia de información para estudiosos en el futuro y después dentro de cincuenta años será una bibliografía importante porque muchas veces hemos tenido que recurrir a hacer casi un trabajo arqueológico para encontrar los textos de especialistas importantes que lamentablemente no fueron adecuadamente publicados en su momento.

El Comité de selección a veces está conformado en algunos casos por siete y en otro por nueve personas invitadas, de la institución los únicos que estamos es Pedro Pablo Alayza y yo. Cada vez que los artistas presentan sus dossiers con sus proyectos, se revisan y ahí se comienza a ver cuál es la propuesta, qué interés tiene para nosotros, para el público y en qué contribuye al panorama plástico del Perú. Puede ser un artista muy joven y uno ve el potencial de esta persona entonces hay que apoyarlo o puede ser un artista muy consagrado que está reafirmando una presencia, entonces generalmente en las Retrospectivas nosotros invitamos al artista. Cada quién del Comité da sus opiniones, es como una evaluación con votación. La sala grande es sólo para exposiciones relevantes. El ICPNA siempre tuvo una política clarísima, la galería del centro de Lima empezó como un semillero de los que ganaban los concursos de acuarela, ahí era la primera muestra individual de nuestros ganadores que ha continuado hasta hoy.

¿Cómo miden la asistencia de público?

Es una cuestión muy compleja, porque el público es el resultado de una gestión, de una continuidad de las actividades, de la información que llegue y también de un proceso de sensibilización que toma años. Hemos realizado varias encuestas, pero nosotros controlamos cuántas personas entran a la galería con marcadores y en los auditorios evidentemente por la cantidad de tickets que se venden y la cantidad de invitados que vienen. Sin embargo creo que lo que nos está dando muy buenos resultados son los programas infantiles que son importantísimos en todas las sociedades para formar y sensibilizar nuevos públicos. Por ejemplo tenemos un Festival de Teatro para Niños que se realiza en febrero y en el cual se presentan doce compañías nacionales, y lo hacemos en el auditorio de Lima. Es impresionante porque son los niños de La Victoria, Rímac, Breña, Lima Cercado, Comas, los que asisten ya que sus padres tienen mucho interés en llevar a sus hijos a ver estas manifestaciones. Creo que el compromiso de las instituciones culturales no es precisamente dar a la gente lo que le gusta. Se trata de presentar al público un panorama para que pueda diferenciar, elegir y formarse un criterio. Yo creo que los seres humanos mientras más expuestos estamos a diversas expresiones culturales vamos a enriquecernos más. Una cosa muy importante es que seamos más tolerantes y respetuosos en términos de arte. En el arte debe haber conocimiento para poder hacer una evaluación, tener los referentes para hacer paralelos.

¿Cuál considera que es el principal aporte del ICPNA en relación a otros centros culturales?

Tengo la suerte de trabajar con gente de primera, que está muy comprometida con la institución y con el país, que realiza su trabajo con pasión, porque si la cultura no se asume de una manera personal puede ser muy frustrante. Considero que el ICPNA en términos generales ha aportado difundiendo todas las expresiones de arte y cultura con la misma importancia y apoyando a todos los artistas que las interpretan sin ninguna diferencia

y con gran dedicación por cada uno de ellos, con un enorme respeto. Creo que si ha conseguido contribuir con algo sustantivo para la cultura de nuestro país y esta labor asumida por la institución no es solitaria, es una tarea que la desarrollamos todas las instituciones culturales. En cultura debemos complementarnos, que no nos falte nada, y hay que mirar todo el panorama para ver cómo lo enriquecemos. En ese sentido el ICPNA si ha llevado una programación muy respetuosa tratando de propiciar un todo. Lo único que nos iguala es la cultura, todos tenemos algo que dar y algo sustantivo que ofrecer, todo somos el Perú y eso siempre me emociona mucho y eso siempre ha sido la gran motivación para trabajar en esto, para ser un peón de la cultura y eso somos todos los que trabajamos en esto porque si no habría esa íntima convicción de que podemos transformar el mundo no lo haríamos.

A manera de conclusión

De las entrevistas realizadas podemos resumir los siguientes aspectos básicos para el funcionamiento adecuado de un Centro Cultural:

1. Una infraestructura con espacios adecuados a los usos y funciones de la institución. Accesos, circulaciones e instalaciones que respeten las medidas de seguridad de lugares públicos.
2. Una estructura organizativa idónea a los fines institucionales.
3. Un equipo de trabajo capacitado para desempeñarse en las diferentes áreas.
4. Un presupuesto anual y proyectos concretos para la captación de auspiciadores.
5. Un programa de actividades ordenado y planificado con anticipación que no permita improvisaciones.
6. Un programa de difusión y comunicación que contemple estudios de público, publicaciones, página web, y una autoevaluación constante.