El Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú

Una gestión original, un reconocimiento internacional

Juan José Cabello Arce

Coordinador académico del Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica del Perú

1 Del Centro Cultural PUCP

La Pontificia Universidad Católica del Perú se creó en 1917 con 8 alumnos y una sola facultad. Actualmente tiene 28000 estudiantes, 53 especialidades, 146 programas de post grado y 190 publicaciones en el último año. Es la universidad privada más antigua, importante y de mayor prestigio del país, según las investigaciones de mercado. En el actual gabinete ministerial, 7 de 18 ministros son egresados de sus aulas. En 1993 las autoridades de la Universidad decidieron construir un centro cultural fuera del campus como un puente entre la Universidad y la sociedad, dedicado a la producción de actividades culturales en los campos del teatro, la música, la danza, las bellas artes y las actividades académicas. Nuestro objetivo era construir un modelo de relaciones dinámicas donde los miembros de uno o varios territorios se unieran, motivados por creaciones individuales y el desarrollo de intercambios con el público. Ese modelo nos da además la oportunidad de considerar tanto los puntos comunes y la diversidad como también las experiencias enriquecedoras que puedan mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

En el Perú, en ese entonces sólo había centros culturales de la cooperación internacional como la Alianza Francesa, El Centro Cultural Peruano Británico, El Instituto Cultural Peruano Norteamericano, el Instituto Italiano de Cultura y el Centro Cultural de España, entre los más importantes. Y en América del Sur sólo existía el Centro Cultural de la Pontificia Universidad Católica de Chile. El Centro Cultural PUCP fue el primer centro universitario creado en el Perú. La sede, un edificio de cinco pisos, tenía una sala de conferencias, seis aulas para cursos y talleres, una galería de arte,

un teatro y una cafetería. Más tarde se agregó una librería y una sala de cine. En total, tiene un aforo de 1000 personas.

El equipo de trabajo se formó con un director general, un director ejecutivo, un administrador, dos asistentes, un curador, dos técnicos, tres secretarias, dos recepcionistas y un auxiliar. En total 14 personas. La Administración del Centro Cultural debe reembolsar el 50% de la dotación anual de la Universidad. Para ello se propusieron como ingresos las concesiones de la cafetería y la librería, las matrículas en cursos y talleres, la venta de entradas para espectáculos, los alquileres de salas, los aportes de la cooperación internacional y de las empresas interesadas en patrocinar actividades culturales. Asimismo, desde sus inicios las exposiciones de arte son gratuitas. A pesar de ello, la galería ha presentado obras de grandes pintores como Picasso, Dalí, Matta, Toledo, Warhol y exposiciones didácticas como la del Museo de la Villette (Francia), además de otros artistas peruanos.

Los proyectos escénicos y de exposiciones se presentan con un año de anticipación, y los proyectos académicos, con tres meses de anticipación. Se evalúan sus contenidos y sus costos. Luego de ello, si son aprobados por la Dirección, se incluyen en el programa de actividades. La participación del público es diferente en diferentes meses y en cada área, por ejemplo, para cursos y talleres, la mayor demanda se produce en enero-febrero, abril-mayo y agosto-octubre. En los espectáculos escénicos, marzo-noviembre ; en el cine agosto-septiembre, etc.

El costo de las exposiciones es asumido por la PUCP y las empresas patrocinadoras. En los cursos y talleres, se establece un número mínimo de participantes y una tarifa por hora a cada profesor. La publicidad y los materiales se incluyen en la matrícula. En los espectáculos, las tarifas tienen precios diferentes para estudiantes y jubilados, además de un día con precios reducidos para todo el público. En todas las actividades se realizan encuestas para evaluar la calidad del servicio e implementar acciones de mejoras regularmente, además de la posibilidad de ofrecer nuevos contenidos.

Desde que se creó el CC, la PUCP realizó dos investigaciones de mercado, el primero para determinar el público y los contenidos potenciales antes de su apertura y luego, 12 años después, para determinar el perfil del consumidor de actividades culturales en la ciudad. Esto nos informó, entre otros datos, que el 60% de nuestros usuarios proviene de 5 distritos de la periferia donde concentramos nuestra publicidad impresa. En los primeros diez años nuestras actividades se difundieron por folletos mensuales, afiches y dos avisos en el diario más importante del país. Actualmente, se mantienen los folletos mensuales y sólo un aviso en el diario, además de la difusión en Internet y redes sociales. Nuestro objetivo es incrementar el uso de Internet para la difusión y reducir la publicidad impresa, considerando el costo económico, la mayor comunicación digital y el impacto ecológico.

Tres años después de su creación, en 1997, el CC PUCP ganó el Premio nacional de la creatividad empresarial por su modelo de gestión y somos considerados el primer centro cultural del país. Su modelo ha sido repetido por otras universidades en Lima y en otras regiones del país. Ahora, somos 28 trabajadores y luego de 23 años, existen 14 universidades con quienes hemos establecido una red de centros culturales para

realizar proyectos juntos incluyendo los de cooperación internacional. Ejemplos de ello son el Festival de Cine que organizamos en el mes de agosto y donde se proyectan películas simultáneamente en diversas sedes, de lo que hablaremos en la siguiente parte; y el Festival de Artes Escénicas de Lima, donde se presentan obras de teatro paralelamente en cinco centros culturales de la ciudad en el mes de marzo.

2 Sobre el Festival de Cine

Para nuestra institución, la cultura es un espacio de creación en el que individuos o grupos interactúan, comparten valores y objetivos, producen símbolos que los identifican, posibilitan la comunicación y, en suma, ayudan a construir una identidad propia. Estos símbolos viven en el tiempo y son capaces de transformaciones que nos enriquecen como partes inherentes de nuestra vida, convirtiéndonos en sus destinatarios, así como en sus creadores.

En nuestro país, el concepto tradicional de cultura se desarrolló a través del tiempo con altos niveles de exclusión porque tomó como modelo aquellos valores desarrollados en las culturas occidentales que eran accesibles principalmente a sectores privilegiados de la sociedad.

Hoy, por el avance vertiginoso de las comunicaciones, se desarrolla una nueva noción de cultura. Esta noción prioriza su valor en el mercado y refuerza la exclusión de las representaciones culturales pertenecientes a las mayorías o minorías que forman parte del sector marginal de la sociedad, ya sea por razones económicas, raciales u otras, o si estas manifestaciones son aceptadas, son impuestas por sus valores intrínsecos y se transforman en lo que podríamos llamar una imagen "postal" del mundo marginal que en cierto sentido pierde su contenido más profundo.

En el concepto contemporáneo de las sociedades modernas, los procesos culturales están definidos por las leyes del mercado que analizan y satisfacen los deseos de las masas. Crecen a través de una producción concienzuda de imágenes y símbolos paradigmáticos que actúan como referencias para la configuración de auto-imágenes, a lo que nos orientamos como una forma de pertenecer al mundo moderno, obteniendo la ilusión de ser una parte decisiva de esta modernidad. Estas imágenes creadas por las leyes del mercado libre, simplemente están tratando de ampliar la base de consumidores para sostener ese mercado.

Si a principios del siglo XX teníamos Hollywood como creador de imágenes, más tarde fue la televisión la que masificó esas imágenes y hoy en día, con el desarrollo de las comunicaciones y las redes sociales, sentimos que el mundo está en nuestras manos. Por lo tanto, es imposible hablar de cultura y desarrollo sin tener en cuenta la influencia de estas nuevas tecnologías en todos los procesos de comunicación y abordarlas conscientemente como inherentes al mundo presente y futuro. Esta nueva realidad crea una nueva cultura que carece de territorio e identidad, y que se convierte en una forma diferente de dominación social.

Sin embargo, no debemos negar las inmensas posibilidades de esta nueva realidad y lo que nos ofrecen los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías, sino que debemos aprender cómo usarlas de manera creativa y aprovechar su democratización. Debemos

aprender a utilizarlos de una manera creativa y crítica como espacios donde podamos abrazar la diversidad, dar a conocer nuestra cultura a otras culturas, reconocer nuestras similitudes, aceptar nuestras diferencias, desarrollar tolerancia y luchar para abrir espacios para minorías y comunidades marginales.

Para el desarrollo de políticas culturales efectivas, necesitamos la presencia del Estado y de la comunidad, considerando sus segmentos más diversos e incluso opuestos. Crear políticas culturales que luchen por los derechos de todos, incluso aquellos con menos recursos, aquellos diferentes, bajo los principios de comprensión y respeto. Esto es esencial en el caso peruano donde existen una gran cantidad de culturas separadas y, en muchos casos, silenciadas. Somos un país muy diverso, con varias identidades que deben coexistir, ser reconocidas y valoradas en su diversidad y con capacidad para decidir sobre su propio futuro. Es en este contexto donde, hace 22 años, el Encuentro Latinoamericano de Cine, hoy Festival de Cine de Lima, nació como una respuesta práctica del sector privado a la necesidad de expresar la diversidad, conocer y enriquecerse mutuamente. Identificada esta necesidad, decidimos acercar el cine latinoamericano al público peruano. Definimos que la mejor manera de hacerlo era a través de un encuentro de pequeño formato durante un período corto. Esto nos dio la posibilidad de convocar a productores y cineastas latinoamericanos en nuestra ciudad que podrían crear e impactar en nuestra comunidad.

La visión original era la de un evento muy bien organizado para los peruanos que sería representativo de nuestro país y que crecería sin forzarlo, con grandes ambiciones pero sin prisas. Ahora podemos decir que una parte importante del éxito del Festival es que ha crecido internamente de acuerdo con la demanda externa. El crecimiento en el interés y la participación en el proyecto inicial tanto nacional como internacional dio lugar a lo que ahora se conoce como el Festival de Cine de Lima con mayores demandas de selección de películas, presencia de participantes internacionales del cine mundial, actividades académicas con maestros de primera clase y una oferta cultural de calidad para la audiencia local y los invitados internacionales.

3 Plan estratégico :

La ejecución del Festival reposa sobre cuatro pilares :

1. Infraestructura. Inicialmente tuvimos nuestra sala de teatro convertida en cine, y dos más. Ahora trabajamos en 62 lugares : 10 complejos de cine y 52 salas de cines.
2. Cooperación institucional. La Pontificia Universidad Católica del Perú es nuestro principal patrocinador. Desde nuestra creación, la ayuda de la UNESCO fue muy importante para darnos acceso y credibilidad a los institutos cinematográficos extranjeros.
3. Financiamiento. Los fondos provienen principalmente de la Universidad, de empresas privadas y la cooperación internacional que creen en el proyecto y lo apoyan firmemente. Hoy, debido a la gran visibilidad que el Festival tiene a nivel nacional e internacional, tenemos una política establecida de financiamiento a través de aportes en dinero o servicios, a cambio de publicidad. Esto representa

el 22% de su presupuesto y también tenemos ingresos por ventas de boletos que representan el 18% del ingreso total.

4. Organización : Nosotros tenemos un equipo de 28 personas que trabajan regularmente, además contratamos a 60 personas especialmente para el Festival y hay un grupo de 80 voluntarios, estudiantes de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Hace veinte años, la mayor parte de la producción cinematográfica en América Latina estaba firmemente comprometida con la situación política de la región, identificándose con las causas de los sectores pobres y marginados, desarrollando lo que se conoce como película política. América Latina estaba saliendo de dictaduras y era necesario denunciar las consecuencias de este pasado reciente. Era un cine urgente cuya fuerza venía de denunciar injusticias y abuso de poder, entrelazadas con la realidad, al borde del periodismo.

Con el paso del tiempo, ese impulso se concentra en asuntos más personales y particulares con búsquedas más subjetivas y poéticas, logrando un lenguaje visual mucho más personal. Además, las nuevas tecnologías reducen el costo del proceso de realización cinematográfica y producen muchas más películas de diversa calidad. Y destacan aquellas películas que, a través del talento creativo del realizador, nos conmueven, nos subvierten o nos hacen reír con la representación de realidades profundas y vibrantes. Muchas de estas películas han recibido importantes reconocimientos en el extranjero, donde actualmente las películas latinoamericanas son observadas con creciente interés.

La esencia del Festival es mantenerse abierto al crecimiento en profundidad, lo que significa que tiene que estar preparado para tener nuevas secciones, nuevos cines y nuevas audiencias. En el año 2017, por ejemplo, tuvimos por primera vez una película en lengua aimara, una lengua indígena de los Andes peruanos. También hemos tenido películas provenientes del Caribe colombiano en inglés criollo. Creemos que tenemos que combinar nuestra idea original de ser un Festival con gran interés en el cine latinoamericano (la competencia es exclusivamente latinoamericana), y estar firmemente orientado al gran público, con la necesidad de buscar otras opciones fílmicas más exigentes y transgresoras que amplíen la oferta y despierten el interés del público por películas menos convencionales. Aunque después de 21 años hemos adquirido experiencia laboral en la organización de un festival de cine, nuestro punto de partida es siempre creer que lo estamos haciendo por primera vez, porque esto nos da la posibilidad de sorprendernos, entusiasmarnos y tener siempre una mirada fresca hacia la producción fílmica del año.

Queremos que la selección competitiva exhiba una muestra representativa de la producción del año pasado. Y con los estándares de excelencia, mantenemos un criterio amplio para la programación donde hay espacio tanto para propuestas clásicas como para aquellas más riesgosas. Solo es posible seleccionar 18 películas en la sección de ficción y 10 o 12 en la sección de documentales, por las limitaciones de visualización y análisis del jurado. Sin embargo, cada año encontramos que hay mucho material que merece ser exhibido y es por eso que hemos creado varias secciones paralelas para ofrecer películas que completan el panorama latinoamericano y nos dan una aproximación a otras cinematografías de otros países. Por lo tanto, hemos tenido programaciones

especiales para cinematografías tan cercanas como Argentina, México o Brasil y tan lejanas como India, Suecia, Finlandia, Suiza y Azerbaiyán etc. Este vasto panorama mundial despierta el interés de la audiencia nacional por una cinematografía que de otro modo permanecería desconocida para ellos, abriendo un universo de posibilidades para apreciar y valorar a través de imágenes, magníficas culturas lejanas.

Este es un breve panorama de la organización de la última edición del festival a través de sus dos categorías principales :

4 Categorías principales competencia oficial

4.1 Ficción

Películas latinoamericanas seleccionadas por el comité de programación. Las películas no deben tener más de un año de producción y no deben haber sido proyectadas en Perú. Esta selección también considerará el premio al primer largometraje. Además, las primeras películas también competirán por todos los otros premios. Las películas deben enviarse en DCP o Blu-ray, en idioma original con subtítulos en inglés y, si es necesario, con subtítulos en español.

4.2 Documental

Películas realizadas por cineastas latinoamericanos sobre cualquier tema o por cineastas no latinoamericanos sobre un tema latinoamericano. Solo debe tener un año de producción y sin exhibición en el Perú. Deben enviarse en formato DCP o Blu-ray en el idioma original con subtítulos en inglés y, si es necesario, subtítulos en español.

5 Categorías paralelas

VISTAS MÚLTIPLES. Panorama de cine latinoamericano, de ficción. Ellos son considerados para los premios de la audiencia.

HECHO EN PERÚ. Largometrajes de ficción y documentales, completan la producción peruana reciente y no forman parte de la selección oficial. Compiten por los premios del cine peruano y por los premios del público.

GALAS. Películas de ficción de excepcional calidad o documentales de difícil acceso en Lima, presentadas por sus cineastas que dialogarán con el público.

LOS INDISPENSABLES, los de 2017. Una selección de películas de calidad de los festivales de películas más importantes del año, Cannes, Berlín, Sundance.

ALREDEDOR DEL MUNDO EN OCHO DÍAS. Películas representativas del panorama actual del cine mundial que pronto se exhibirán en cines comerciales. Estas presentaciones se organizan en colaboración con distribuidores locales de películas.

ESPAÑA EN LIMA. En la edición 2017 mostramos una selección de películas de jóvenes cineastas españoles con la asistencia de algunos de ellos para analizar a dónde se dirigen los nuevos cineastas españoles.

FINLANDIA EN LIMA, una retrospectiva del cineasta más famoso de Finlandia, Aki Kaurismaki.

FRANCIA EN LIMA, películas francesas clásicas de reconocidos cineastas restaurados y en DCP.

MÉXICO EN LIMA, una selección de los documentales más importantes del año realizada por AMBULANTE, una organización no gubernamental dedicada a la promoción y desarrollo del documental como una forma de conocernos y entendernos mejor.

ALDEA, una selección de películas latinoamericanas realizadas por distribuidores especializados en películas latinoamericanas que ingresarán en distribución comercial poco después.

ROCK EN DOCUMENTALES, selección de documentales que muestran la vida y el trabajo de estrellas de rock famosas presentadas con la idea de convocar a un público diferente que le gusta la música rock.

6 La programación itinerante

Creemos firmemente en la importancia del crecimiento económico siempre que sirva para el desarrollo. Y este festival, cuya selección principal aumenta en tamaño, calidad y diversidad cada año, también tiene una programación itinerante con proyecciones gratuitas en más de 52 cines en nueve ciudades de todo el país, donde los jóvenes cineastas comparten el mismo espacio con directores experimentados para mostrar sus creaciones a la audiencia. Esta selección se enfoca en el futuro, creando un público nuevo, familiarizado con un tipo diferente de cine, que disfrute y exija más y mejores películas. Para atraer audiencias, trabajamos con la comunidad en cada lugar haciendo una investigación previa de qué material les interesaría proyectar y crear un escaparate que satisfaga sus diversos intereses. La base de este escaparate es un triángulo indivisible entre el Festival, el público y los animadores culturales. Los ejes temáticos de la edición 2017 fueron : comunidad, familia, vida, amor, juventud, arte, video arte, derechos humanos y medio ambiente. Las presentaciones se completan muchas veces con diálogos con cineastas y especialistas en las diferentes materias. Esta programación se realiza en escuelas, parques, centros culturales y centros penitenciarios, con un público total de 30 000 personas.

7 El foro del festival

Como el festival está organizado por una universidad y una parte importante de la audiencia son estudiantes de cine y comunicación, consideramos que es esencial desarrollar actividades académicas para complementar las proyecciones. Esto se hace después de cada proyección o en sesiones especiales cuando el tema es valioso. Las sesiones más importantes se transmiten por Internet.

1. Clases Maestras, impartidas por los cineastas más experimentados que asistieron al Festival, en la edición 2017 una clase la ofreció Atom Egoyan, ganador

del Festival de Cannes, cineasta canadiense de origen armenio y otra clase la ofreció Pablo Trapero, ganador del Festival de San Sebastián.

2. Seminarios, actividades que desarrollan un nuevo tema de interés para la comunidad cinematográfica. En la edición 2017, un especialista de Colombia y otro de Perú intercambiaron experiencias e ideas sobre Marketing, distribución de productos audiovisuales y participación en Festivales.
3. Diálogos con cineastas, conversaciones con directores de cine, productores y guionistas para aprender sobre su forma de trabajar. Es un espacio para profundizar el diálogo iniciado con la presentación de sus películas.
4. Talleres, espacios de trabajo en un área específica de producción cinematográfica y con un número limitado de participantes seleccionados previamente, e impartidos por un invitado extranjero. En la edición 2017 tuvimos tres talleres, uno sobre la preparación de un proyecto documental y otro sobre el desarrollo de audiencias.
5. Presentaciones de libros y revistas, con la participación de los autores, editores y críticos de cine.

Exposiciones de arte relacionadas con el cine desde el punto de vista de otras artes como la pintura, la fotografía, la caricatura, entre otras. En la edición 2017 presentamos una muestra de pintura titulada "La película de tu vida".

Homenajes a importantes artistas o instituciones por su trayectoria y contribución al arte del cine y su influencia en la creación cinematográfica de nuestra región. En la edición 2017 ofrecimos dos homenajes, al actor peruano Gianfranco Brero con una extensa carrera en cine y teatro y ganador del Festival de San Sebastián, y a Atom Egoyan, director canadiense de origen armenio reconocido mundialmente por su estilo único de narrar y ganador del Festival de Cannes y del Premio Oscar.

La promoción de la cinematografía latinoamericana en el Festival de Cine de Lima logró convocar a un importante número de cinéfilos interesados en películas diferentes a las que se encuentran en las salas comerciales de cine. Esta demanda originó un mercado cinematográfico latinoamericano porque los distribuidores locales descubrieron que había necesidad de este material. Empezaron a comprar derechos para películas latinoamericanas y los ofrecieron a expositores locales. Con la aparición de los cines multiplex, necesitaron más películas y comenzaron a ofrecer contenidos diferentes a los proporcionados por los principales distribuidores. Esto ha estado aumentando anualmente, ayuda a crear nuevos espectadores y recuperar a aquellos que esperaban una oferta cinematográfica diferente generando un movimiento comercial que sin duda tuvo un impacto económico, generando nuevos empleos en distribución, exhibición y periodismo especializado para periódicos, radio y televisión.

Con la revitalización del cine en la región, la industria cinematográfica nacional también se revitaliza, aparecen más productoras locales y se realizan más películas por año, todo ello genera más ingresos para el país. También ayuda a insertar al Perú en el circuito internacional de cine, logrando el interés de quienes comercializan películas latinoamericanas en Lima.

La presencia de programadores y directores de festivales de cine de diferentes partes del mundo que vienen al festival ocasiona el interés sobre películas peruanas, por lo que hemos creado una sección especial Cine para mañana, que el Festival organiza junto con la Dirección de Audiovisual, Fonografía y Nuevos Medios del Ministerio de Cultura (DAFO), un espacio para proyectar obras en desarrollo a especialistas internacionales que abren una ventana para el cine peruano en el exterior.

El cine en nuestro continente está vivo y vibrante, y lo celebramos en el Festival de Cine de Lima. Después de 21 años, y casi 3000 películas, 1200 invitados extranjeros, más de un millón de visitantes, 62 sedes en la edición 2017 y más de 9000 proyecciones de películas, nos mantendremos profundamente dedicados a crear espacios para mostrar películas y comenzar diálogos, porque obstinadamente creemos que con mente abierta, dispuestos a sorprendernos con la magia de creadores de todo el mundo, y generando discusiones, con consensos y discrepancias, colaboraciones y confrontaciones, las películas y sus audiencias continuarán, definiendo un perfil único, creciendo y ganando más libertad a través del mundo siempre fértil de las imágenes.

8 Del Festival de la Palabra

Al cumplir 20 años de creación pensamos que era necesario crear un nuevo proyecto que sea capaz de renovar e incrementar nuestro público, pero también promover los nuevos formatos de producción cultural por el desarrollo tecnológico. De esta manera lo titulamos Festival de la Palabra, ya que la palabra es transversal a las diferentes especialidades del Arte y las Humanidades.

Así, durante tres días, todas las salas del Centro Cultural se ocupan para alguna actividad, la principal en la sala de conferencias y en dos salas donde 10 invitados extranjeros y 60 invitados nacionales ofrecen 30 charlas con ingreso libre sobre diferentes temas de literatura, arte, historia, comunicaciones, política etc. Además, proyectar un ciclo de cine, realizar, presentar exposiciones documentales, de caricatura, pintura, fotografía, etc. ; así como instalaciones o performances, espectáculos de teatro o musicales.

También, decidimos que cada edición tendría contenidos temáticos que deben ser visibilizados desde la cultura : la discriminación, las diferencias de género, la inclusión, la preservación de la memoria colectiva entre otras y que consideramos necesarias para el desarrollo social del país y construir ciudadanía. Asimismo, inaugurar el Festival con el homenaje a la trayectoria de una personalidad destacada por su aporte al arte y las humanidades.

El Festival se difundió en universidades, institutos y colegios. Utilizamos especialmente las redes y los murales. Y establecimos una alianza estratégica con el principal diario del país para que un mes antes se publicaran entrevistas exclusivas a los invitados extranjeros. Durante los tres días organizamos dos concursos de micro relatos para estudiantes universitarios, uno en *Twitter* y otro en *Facebook*. Y una de las salas la destinamos exclusivamente a juegos con la palabra para todas las edades.

Respecto al financiamiento, el costo fue asumido por la Universidad en un 50% y el saldo por el patrocinio de una empresa, la cooperación internacional, y el ingreso por

las entradas a precios reducidos a los espectáculos escénicos, el ciclo de cine y los talleres.

Finalmente, nosotros cumplimos los objetivos previstos para la primera edición y decidimos mantener el Festival para los siguientes tres años. Actualmente, preparamos nuestra edición 2018, ampliando la convocatoria a creadores jóvenes de otras regiones y la presencia en otros espacios de manera simultánea, incluyendo centros penales. En la edición 2017 recibimos a 3031 participantes y durante los tres días obtuvimos 131424 seguidores en redes sociales (*Facebook*, *Twitter* e *Instagram*). Nuestra meta, para la siguiente edición es incrementar la participación en un 10% y reducir la subvención de la Universidad en un 10%. Y aunque, a diferencia del CC PUCP y el Festival de Cine, todavía el Festival de la Palabra no ha ganado algún premio, tenemos fe que en algún momento lo hará [1] !

1. Este texto tiene como base el documento elaborado por Alicia Morales Dasso, directora del Centro Cultural PUCP en la Conferencia Mundial sobre Lengua y Literatura organizada por la Universidad de Lengua y Cultura, Beijing, China, setiembre 12-14, 2017.