

Estímulos económicos del Ministerio de Cultura del Perú: ¿la mejor manera de fomentar el crecimiento económico de las industrias creativas en Perú?

Economic incentives from the Ministry of Culture of Peru: The best way to promote economic growth in Peru's creative industries?

Inés Bullard Elías¹

Cultura 360°. Lima, Perú

ines@cultura360.pe

ORCID: 0009-0004-2754-0637

Viana Rodríguez Escobar²

Cultura 360°. Lima, Perú

viana@cultura360.pe

ORCID: 0000-0001-8483-9222

Citar como: Bullard Elías, I. y Rodríguez Escobar, V. (2023). Estímulos económicos del Ministerio de Cultura del Perú: ¿la mejor manera de fomentar el crecimiento económico de las industrias creativas en Perú? *Desde el Sur*, 15(4), e0053.

RESUMEN

El artículo analiza el mecanismo de los estímulos económicos del Ministerio de Cultura del Perú como motor de crecimiento cultural. Desglosa su funcionamiento y beneficios, destacando el respaldo a proyectos independientes, diversidad e innovación. Se destacan los desafíos que nacen de los fondos, como la complejidad en procesos de aplicación, y sugiere potenciales soluciones. Se aborda la opción de subsidiar la demanda cultural en vez de la oferta, democratizando el acceso y atrayendo nuevas audiencias.

1 Creadora y productora de artes escénicas, licenciada por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). Se desempeña como coordinadora de fondos concursables y financiamiento en Cultura 360°. Ha postulado a decenas de clientes en el sector cultural a fondos concursables a nivel nacional e internacional, con mucho éxito. Tiene experiencia en producción, dramaturgia y dirección de obras de teatro, contratos de propiedad intelectual, planes de patrocinio de proyectos culturales, estudios de investigación cultural, planificación y gestión de proyectos de capacitación, y docencia.

2 Abogada por la PUCP y magíster en Derecho de Autor y Propiedad Intelectual. Se ha desempeñado como asesora de la Secretaría de Cultura en temas de propiedad intelectual, coordinadora de la Junta de Industrias Creativas del Ministerio de la Producción y vicepresidente de la Comisión de Derechos de Autor del Indecopi. Dirige Cultura 360°, una consultora peruana especializada en brindar asesoría a proyectos en industrias culturales y creativas.

Esto podría fomentar experiencias culturales diversas y de calidad, eliminando barreras económicas y la percepción de cultura como lujo, ya que la estrategia empodera a los consumidores y promueve exploración basada en intereses. En conclusión, se destaca la importancia de los estímulos económicos en paralelo con la implementación de mecanismos que incentiven la demanda, llamen a mejoras para lograr un impacto amplio y profundo, y enriquezcan una producción cultural inclusiva y diversa en el Perú.

PALABRAS CLAVE

Fondos concursables, industrias creativas, políticas culturales

ABSTRACT

The article examines Peru's Ministry of Culture's economic stimulus mechanism as a catalyst for cultural growth. It breaks down its functioning, emphasizing its support for independent projects, diversity, and innovation. Challenges like complex application processes are addressed, with potential solutions. It also explores the option of subsidizing cultural demand over supply, democratizing access, attracting new audiences, fostering diverse experiences, erasing economic barriers, and empowering consumers. In conclusion, the article underscores the significance of economic stimuli and demand-side policies, calling for enhancements to enrich Peru's inclusive and diverse cultural landscape.

KEYWORDS

Competitive funds, creative industries, cultural policies

En un contexto de crecimiento cultural y artístico en el Perú, el presente artículo se adentra en el funcionamiento, los efectos, los beneficios y los retos de los estímulos económicos otorgados por el Ministerio de Cultura del país. Estos estímulos han evolucionado a lo largo de los años y se han posicionado como un motor esencial para impulsar el desarrollo cultural, al respaldar proyectos independientes, fomentar la diversidad y promover la innovación en diversas expresiones artísticas. A medida que este mecanismo crece y se populariza, surge la necesidad de analizar tanto sus beneficios como los desafíos que trae consigo. Además, vale la pena reflexionar respecto a potenciales mecanismos alternativos y paralelos que

podrían fomentar el crecimiento de las industrias creativas de forma más eficiente. En el presente artículo, por ejemplo, exploramos un enfoque provocador: la posibilidad de subsidiar la demanda cultural en lugar de la oferta, desencadenando un debate sobre cómo democratizar el acceso a la cultura y generar un impacto más profundo en nuestra sociedad y su producción creativa.

Es importante mencionar, antes de empezar, que muchos de estos argumentos y opiniones nacen de la experiencia directa lidiando con postulaciones a los estímulos económicos. Nuestros nombres son Inés Bullard y Viana Rodríguez, y somos parte de Cultura 360°, la primera consultora peruana especializada en el sector cultural y las industrias creativas. Desde 2018, hemos ofrecido servicios de asesoría para la postulación a los estímulos económicos a clientes como productoras audiovisuales, gestores independientes, artistas plásticos, editoriales, colectivos de teatro y centros culturales. Por ello, hemos visto de primera mano muchos de los beneficios y desafíos expuestos más adelante y, si bien creemos que los estímulos económicos son un motor importante de creación cultural, hay muchos potenciales puntos de mejora.

Características de los estímulos económicos

¿Y qué son exactamente los estímulos económicos del Ministerio de Cultura? Pues comencemos con un poco de historia. Los primeros concursos anuales para el sector cultural se realizaron en 1996. Estos, hasta hace cinco años, estaban destinados únicamente para la actividad cinematográfica y audiovisual. Eran otorgados a través del Consejo Nacional de la Cinematografía (CONACINE) y posteriormente a través del Ministerio de Cultura (Ministerio de Cultura, 2023). En 2018, se incluyó por primera vez dentro de la Ley de Presupuesto del Sector Público la realización de estímulos económicos para el sector cultural. Estos ya no estarían destinados únicamente a la actividad cinematográfica, sino también dirigidas al libro y al fomento de la lectura, las artes escénicas, las artes visuales y la música (Ministerio de Cultura, 2023).

Al día de hoy, los estímulos económicos están segmentados en estas tres grandes áreas, cada una organizada por una dirección del Ministerio de Cultura: los estímulos económicos para las artes escénicas, las artes visuales y la música; los estímulos económicos para el libro y el fomento de la lectura; y los estímulos económicos para el fomento de la actividad cinematográfica y audiovisual.

Beneficios de los fondos concursables

Las industrias culturales y creativas abarcan la producción, la distribución, la circulación, el intercambio y el consumo de bienes y servicios culturales que, normalmente, están protegidos por el derecho de autor. Pero ¿por qué se ha pasado a utilizar estos términos en vez de hablar únicamente de arte?

Porque las industrias culturales y creativas abarcan otras dimensiones adicionales a la artística. Estas dimensiones son tres:

- La dimensión artística, que es la más visible y que presenta un conjunto de elementos creativos con un valor artístico y que, normalmente, reflejan la personalidad (impronta) del autor.
- La dimensión económica, debido a que las industrias culturales y creativas aportan a la economía nacional, al producto bruto interno, al empleo, al valor agregado, a las exportaciones, etc.
- Y, finalmente, la dimensión simbólica, ya que, a través de las industrias culturales y creativas, los artistas y creadores representan su visión de la sociedad, sus problemas, costumbres, entre otros aspectos.

Viendo estas tres dimensiones es que se hace más claro por qué es necesario que el Estado se involucre en el desarrollo de políticas públicas de apoyo a la cultura, tales como la implementación de capacitaciones en gestión (y no solo en creación), la creación de redes colaborativas, la generación de fondos concursables y varias más.

En el caso de los fondos concursables (que han sido denominados en el Perú como estímulos económicos a la cultura), el Estado cofinancia iniciativas culturales (películas, libros, festivales, obras de artes escénicas, entre otras) que, sin dichos fondos, podrían no haberse realizado o, en el mejor de los casos, podrían haber demorado.

Constantemente surgen opositores a estos fondos concursables, alegando que la viabilidad de las iniciativas culturales debe regirse por su éxito en el mercado. De abrazar esa postura, solo existirían *blockbusters* en la cartelera del cine, libros que puedan garantizar ser *bestsellers* o discos que encabezen los *rankings* de ventas.

Sin embargo, ello no garantizaría la diversidad cultural, porque solo nos enfocaríamos en proyectos de consumo masivo, diseñados, creados y comercializados para obtener éxito económico.

El Estado, al involucrarse, colabora con esta diversidad y con la posibilidad de que diferentes realidades puedan verse representadas en estos productos o servicios culturales, es decir, con la dimensión simbólica de las industrias culturales y creativas.

Es por lo anteriormente explicado que nos inclinamos a no referirnos a este tipo de industrias con el término de «economía naranja», ya que reduce su aporte a la dimensión económica e invisibiliza las dimensiones artística y simbólica.

Desafíos que enfrentan los fondos concursables

Como parte de los servicios que brindamos desde Cultura 360°, acompañamos a postulantes a los estímulos económicos en distintas etapas del proceso: formulación del proyecto, elaboración de documentos de gestión (cronogramas, presupuestos) y asesoría legal. Es en este último punto donde identificamos uno de los problemas.

Como parte de la postulación se deben presentar contratos que evidencien la autorización o cesión de derechos de autor y derechos conexos en favor del postulante. Es decir, si se busca un estímulo económico en favor de, por ejemplo, una película, el postulante deberá presentar el contrato con el guionista, con el autor de la música a ser sincronizada, con el director, entre otros. Evidentemente, es correcto que el Ministerio de Cultura vele por el respeto a los titulares de derechos; sin embargo, en un mundo ideal, serían los propios postulantes quienes elaboren sus contratos y los términos en los que estos se establecen.

Sin embargo, como se dispone en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre el Derecho de Autor, existen diferentes opciones legales para la gestión de derechos, como la cesión total o la licencia. El Ministerio de Cultura, al proporcionar modelos de contratos, debe ser cuidadoso al respetar la voluntad de las partes y las diferentes opciones legales, evitando imponer un modelo de contrato que pueda generar problemas de asimetría de información entre autores y postulantes. Esto se alinea con lo establecido en la legislación peruana:

La cesión de derechos es la transferencia total o parcial de los derechos patrimoniales de autor a favor de terceros (artículo 34 del Decreto Legislativo 822).

La licencia es la autorización o permiso que concede el titular de los derechos al usuario de la obra, para utilizarla en una forma determinada y de conformidad con las condiciones convenidas en el contrato de licencia (artículo 2, literal 16, del Decreto Legislativo 822).

El problema es que un modelo de contrato sin una correcta asesoría legal es un arma de doble filo. Al brindar modelos de contratos, el Ministerio de Cultura pasó a establecer los términos contractuales entre las partes, sin tener en cuenta lo que realmente quisieron pactar estas.

En la misma línea, recibimos solicitudes de asesoría para el levantamiento de observaciones legales en la postulación. Como es sabido, el

Ministerio de Cultura realiza observaciones y otorga a los postulantes un plazo para subsanar errores de forma; sin embargo, muchas de esas consultas no evidencian un error de forma del postulante, sino una falta de comprensión por parte del Ministerio de los documentos presentados. Tal es el caso de observaciones indicando al postulante que el documento presentado, mediante el cual el guionista le licencia sus derechos patrimoniales sobre el guion, está errado, ya que debería haber presentado un contrato en el cual el autor del guion le autoriza el uso o le cede sus derechos.

Esto, evidentemente, no constituye un error de forma, porque tal como señala el artículo 2, literal 16, del Decreto Legislativo 822, la licencia es una forma válida de autorización:

La licencia es la autorización o permiso que concede el titular de los derechos al usuario de la obra, para utilizarla en una forma determinada y de conformidad con las condiciones convenidas en el contrato de licencia.

En los casos de nuestros asesorados, la subsanación se realiza rápidamente al presentar un escrito brindando una explicación como la del párrafo anterior. Pero ¿qué pasa con los postulantes que no cuentan con asesoría y se quedan en el camino sin saber «subsanar»? Pues son considerados no aptos y salen del concurso. Esto constituye un grave problema para el Ministerio de Cultura, porque bastará que alguno de estos postulantes declarados no aptos verifique que su error de forma no fue tal, sino que fue un error del Ministerio, para que pueda solicitar la nulidad del concurso.

El segundo gran problema que hemos identificado es la postulación, en algunas líneas de los estímulos económicos, a través de una persona jurídica. Entendemos que esta figura se establece, usualmente, en concursos con estímulos económicos grandes, a fin de garantizar la separación entre el patrimonio de la persona jurídica y el de las personas naturales que la conforman, y lograr, así, una mejor rendición de cuentas.

Sin embargo, partamos de la situación actual en el sector de las industrias creativas y culturales, conformado por subsectores que incluyen el editorial, el audiovisual y nuevos medios; el subsector de artes plásticas y visuales, la música, las artes escénicas, *software*, publicidad, diseño; el subsector de museos y patrimonio cultural; el subsector de formación cultural, los juegos; entre otros. En conjunto, estos subsectores representan alrededor de 0,86 % del PBI nacional (precios constantes), 6,1 % en términos de valor agregado (a precios corrientes) y casi 5 % del empleo total. A nivel de formalidad, este sector concentra alrededor de las 200 000

empresas formales, la mayor parte de ellas micro y pequeñas empresas (mypes). Sin embargo, presenta una alta concentración de informalidad laboral cercana al 50 % (Asociación Política y Desarrollo, 2022). La realidad, entonces, se decanta hacia la informalidad en nuestro sector, lo que origina que muchos posibles postulantes no formen una persona jurídica, sino que busquen alguna ya constituida para utilizarla de vehículo de postulación. Esto, normalmente, no genera un problema hasta que resultan ganadores, porque el postulante real no tiene poder de decisión en la persona jurídica, y es esta quien realmente recibe el dinero y lo administra.

Algunos de los casos que hemos presenciado incluyen la inmovilización total del dinero a sola decisión de la persona jurídica o el condicionamiento de la ejecución del premio con la contratación de determinados proveedores, similar a un esquema de ventas atadas.

A pesar de estos problemas, comprendemos que estamos frente a un sistema perfectible y estamos convencidas de la importancia y necesidad de la existencia de los estímulos económicos del Ministerio de Cultura. En ese sentido, los estímulos económicos no deben responder a una voluntad política de los titulares del sector o del gobierno de turno, sino a una obligación del Estado de garantizar una diversidad cultural. La legislación y regulación en materia de propiedad intelectual y postulaciones deben ser claras y transparentes para garantizar que los postulantes, tanto individuales como a través de personas jurídicas, tengan igualdad de oportunidades y comprendan plenamente sus derechos y obligaciones.

Posibles puntos de mejora

Como ya lo hemos hablado, los estímulos económicos del Ministerio de Cultura traen consigo gran potencial, pero también es esencial reflexionar alrededor de potenciales áreas de mejora para optimizar su efectividad. Una vía prioritaria es la simplificación de los procedimientos de solicitud y evaluación, con el propósito de hacerlos más accesibles y menos intimidantes para los solicitantes. Si bien en los últimos años se ha visto un mayor esfuerzo por parte del Ministerio de ofrecer capacitaciones y talleres en torno al proceso de postulación, la difusión de los fondos concursables merece un enfoque aún más enérgico, aprovechando los canales digitales y los medios de comunicación para garantizar que cada rincón de la comunidad creativa esté informado y tenga la oportunidad de participar, especialmente en zonas vulnerables o con poco acceso a internet. Estas capacitaciones, por ende, deberían extenderse de la virtualidad, y ofrecer talleres presenciales que no solo expliquen cómo y dónde postular, sino las características de los proyectos que podrían calzar con cada uno de los diferentes concursos ofrecidos.

Adicional al subsidio financiero que reciben los proyectos beneficiarios, sería enriquecedor considerar la inclusión de programas de capacitación y asesoramiento integral para generar la futura sostenibilidad de estos proyectos. Estos programas podrían funcionar como un catalizador para los artistas y creadores, al permitirles no solo maximizar el impacto de sus proyectos, sino también desarrollar sus habilidades de gestión, una faceta a menudo subestimada pero crucial para el éxito a largo plazo. Estas capacitaciones deberían abordar una amplia gama de temas relevantes para el mundo creativo y artístico.

Desde temas legales para proyectos creativos, hasta procesos de formalización, las capacitaciones podrían proporcionar claridad a los beneficiarios sobre cómo proteger sus creaciones y evitar posibles conflictos, sobre todo aquellos como los que hemos mencionado párrafos arriba. Herramientas de *marketing* y comunicaciones también serían invaluable, al ayudar a los artistas a difundir su trabajo de manera efectiva y llegar a audiencias más amplias. El mapeo y la formación de públicos conforman otro aspecto vital, ya que es absolutamente necesario saber cómo y a través de qué canales conectar con diferentes tipos de audiencias. No menos importante, las capacitaciones podrían cubrir el manejo financiero y ofrecer a los beneficiarios las habilidades necesarias para administrar los recursos financieros de manera eficiente y sostenible, así como mapear potenciales aliados estratégicos y patrocinadores según las características de su proyecto.

Por último, un punto que creemos absolutamente necesario para el futuro de estos fondos es la implementación de mejores prácticas de recolección de información y evaluación de impacto. A la fecha, fuera de temas administrativos y de rendición económica, no existe un sistema institucionalizado de seguimiento a los proyectos ganadores a lo largo del tiempo. Sería necesario que el Ministerio implemente mecanismos para medir sus impactos. Algunos indicadores podrían ser el número de personas empleadas por el proyecto, regiones o poblaciones impactadas por la realización del proyecto, impacto económico, encuestas de impacto social en el entorno, entre otros. El sector cultural necesita urgentemente mayor recolección de data e información que nos permitan identificar, con mayor precisión, brecha, oportunidades y desafíos, así como potenciales soluciones basadas en datos.

Subsidios a la demanda: ampliando el horizonte cultural

En el diálogo constante sobre el papel de la inversión en cultura, emerge también una perspectiva innovadora y estimulante: la posibilidad de canalizar los esfuerzos hacia la subsidiación de la demanda de productos

culturales, en contraposición a un enfoque tradicional en la oferta. Según el economista cultural David Throsby (2014), reconocer la importancia de la demanda en la construcción de una industria cultural robusta es fundamental para enriquecer nuestra vida cultural y económica.

Para poder entrar al diálogo respecto a las diferencias y beneficios de estas políticas cabe responder a la pregunta ¿Qué son las políticas de «oferta» y «demanda», y en qué se diferencian? Las políticas de «oferta», que predominan en el ámbito cultural, tienen como objetivo respaldar a los creadores, productores y distribuidores de cultura, al abarcar a quienes participan en cada etapa de la cadena de valor de la industria artística. Estas políticas buscan robustecer la producción y disponibilidad de bienes y servicios culturales, ya que contribuyen al desarrollo sostenible de la industria en sí misma. Los fondos concursables para proyectos creativos, por ejemplo, cabrían dentro de esta definición.

En contraste, las políticas de «demanda» operan en el extremo opuesto del espectro cultural, estimulando a las personas (o consumidores) a asistir, disfrutar, consumir o involucrarse en experiencias culturales. Estas estrategias a menudo se orientan hacia públicos específicos, como jóvenes, personas que raramente participan en actividades culturales o aquellos que son escépticos ante las expresiones artísticas, de esta forma fomentando la creación de nuevos públicos a través de incentivos. Aunque el respaldo gubernamental en las políticas de demanda beneficia a artistas y organizaciones culturales por el incremento de la demanda por sus productos, lo hace de manera indirecta, al aumentar la cantidad de audiencias y la participación activa de los consumidores.

Un ejemplo de una política de demanda son los *vouchers* culturales, los cuales funcionan de forma similar a los vales de regalo. Sin embargo, el valor del *voucher* es proporcionado por un patrocinador en lugar de los productores de productos culturales. Estos *vouchers* pueden canjearse por bienes y servicios culturales, y, una vez utilizados, el patrocinador (sea el gobierno o una entidad privada) cubre los costos asociados. Esta estrategia puede entenderse como una forma de subsidio al consumidor en lugar de al productor, ya que está diseñada para hacer que la cultura sea más accesible y atractiva para una audiencia amplia y diversa.

Un ejemplo relevante de un programa de *vouchers* culturales es la «CJP Pas/Culture Card (Cultuurkaart)» neerlandesa. A través de este esquema, se provee a los estudiantes y menores de 30 años con una tarjeta que ofrece descuentos para ser canjeados en diversas actividades culturales; entre ellas, museos, cine y teatro. Los estudiantes tienen la oportunidad de elegir entre una variedad de actividades aprobadas, lo que les brinda

la flexibilidad de explorar y comprometerse activamente con las expresiones culturales que más les interesan (Which Museum, s. f.). En España, de forma similar, existe el «Bono Cultural», el cual otorga € 400 a quienes cumplen los 18 años, para adquirir y disfrutar de productos y actividades culturales (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022). En Chile, el programa «Tarjeta Joven» permite a los jóvenes entre los 15 y 29 años acceder a descuentos en diversas actividades culturales, incluyendo cine, teatro, conciertos y museos (INJUV, s. f.). Este tipo de políticas ofrecen oportunidades para que las personas, especialmente los jóvenes, descubran y experimenten diversas formas de cultura, lo que genera hábitos de consumo, y estimula una mayor participación y enriquecimiento de su vida cultural.

Sistemas de préstamos orientados hacia el sector cultural son otro tipo de política que fomenta la demanda. El programa «COLLECT Art Purchase», por ejemplo, gestionado por el gobierno de Tasmania, ofrece préstamos sin intereses de 12 meses a residentes australianos para comprar obras de arte de artistas contemporáneos de Tasmania, en colaboración con negocios artísticos participantes en todo el estado (Collect Art, s. f.).

Al adentrarnos en la propuesta de subsidiar la demanda de productos culturales, es crucial comprender cómo esta perspectiva puede enriquecer nuestra comprensión de la inversión en cultura y cómo puede impactar en nuestra relación con las expresiones culturales y artísticas. Por ello, vemos más a fondo algunos puntos que nos demuestran los potenciales beneficios de este tipo de políticas.

John Holder, experto en políticas culturales, afirma que la cultura debe ser accesible para todos, independientemente de su origen socioeconómico (2006). Al hacer que las entradas a espectáculos, exposiciones y eventos sean más asequibles, estaríamos allanando el camino para que un abanico más diverso de la población tenga la oportunidad de experimentar la cultura en su plenitud. Esto, a su vez, no solo democratizaría la cultura, sino también enriquecería nuestras interacciones con una variedad de expresiones culturales y artísticas.

Por otro lado, tomando pasos para eliminar las barreras financieras que limitan el acceso a los productos culturales, se crea un entorno propicio para que individuos y familias descubran la oferta cultural que existe en sus alrededores. Esto no solo ampliaría la audiencia, sino también enriquecería la base de personas que valoran y participan activamente en la cultura, y generaría un círculo de crecimiento sostenible.

Las políticas de demanda destacan la importancia de la autenticidad en la relación con la cultura. Subsidiar la demanda no solo reduce las barreras económicas, sino que también empodera a las personas para que elijan las experiencias culturales que mejor se alineen con sus gustos y

preferencias. Esto fomentaría una relación más íntima y genuina con la cultura, ya que las personas podrían explorar lo que realmente les resuena, en lugar de seguir una agenda predeterminada.

Por la misma línea, autores como Christopher Madden resaltan que las políticas de demanda tienden a ser más democráticas. Bajo políticas de oferta, usualmente las decisiones son tomadas por paneles de expertos, filántropos y ministros. Con esquemas de demanda, por el otro lado, las decisiones sobre qué recibe apoyo público son tomadas por el público en general, lo cual democratiza la toma de decisiones (Madden, 2011). Es importante recalcar, sin embargo, que las políticas de demanda también serían más eficientes con más programas orientados hacia la educación y el fomento del consumo cultural desde una temprana edad. Throsby, por ejemplo, aboga por programas educativos que fomenten la apreciación y el conocimiento de la cultura y las artes desde edades tempranas. La formación cultural puede generar un mayor interés y demanda en el futuro (2014).

El estudio *Cultivating demand for the arts*, realizado por Zakaras y Lowell (2008), aborda un aspecto crucial en la promoción de la cultura y las artes. El hallazgo clave de este estudio es que el consumo artístico tiene un elemento de adicción. Esto sugiere que una vez que las personas experimentan y disfrutan de una forma de expresión artística, es más probable que deseen repetir la experiencia. El análisis del estudio refuerza la idea de que al fomentar la demanda de arte y cultura, especialmente entre las generaciones más jóvenes, se puede desencadenar un efecto circular positivo de consumo y participación continua en actividades culturales. En otras palabras, cuando se introduce a las personas a las artes y se les brinda la oportunidad de participar en experiencias culturales significativas, es más probable que desarrollen un interés duradero en la cultura y las artes. Este enfoque en las políticas de demanda, como sugiere el estudio, podría tener un impacto significativo a largo plazo en la promoción de la cultura y la formación de nuevos públicos. Al crear un ambiente propicio para el descubrimiento y la participación cultural, las políticas culturales pueden contribuir a la formación de una sociedad más vibrante y culturalmente enriquecida.

Si bien las políticas orientadas al fortalecimiento de la oferta, como en el caso de los estímulos económicos, tienen fuertes beneficios y fomentan la creación, como parte del sector, es importante también reflexionar sobre medidas paralelas que podrían ayudar a su crecimiento. Actualmente, parece haber un desbalance entre medidas de demanda y de oferta en el sector cultural peruano. Este texto, sin embargo, no busca afirmar que las políticas orientadas hacia la demanda sean en todos los aspectos

superiores; pueden ser administrativamente complejas y engorrosas, y son propensas a ser subutilizadas. Asimismo, como lo hemos hablado antes, únicamente implementar este tipo de políticas podría llevar a la subproducción de productos artísticos con un valor simbólico muy potente, mas que no necesariamente atraen a un público comercial. Lo que busca este texto, finalmente, es generar conversación sobre un nuevo potencial balance a través de medidas complementarias.

En resumen, la idea de subsidiar la demanda de productos culturales en lugar de la oferta brinda una perspectiva novedosa y estimulante para enriquecer nuestro sector. Al democratizar la cultura, eliminar barreras financieras y otorgar a las personas el poder de explorar y elegir, a la par de políticas que financien directamente a los artistas, podríamos transformar nuestra sociedad en un espacio más inclusivo y culturalmente vibrante. En última instancia, este enfoque podría contribuir a la construcción de una comunidad más diversa, consciente y comprometida con su herencia cultural.

Conclusiones

A través de este artículo exploramos los estímulos económicos otorgados por el Ministerio de Cultura y su impacto en el desarrollo cultural. Iniciados en 2018, estos estímulos se han convertido en un motor esencial que impulsa el crecimiento cultural, al respaldar proyectos independientes y fomentar la diversidad e innovación en las expresiones artísticas. A medida que esta iniciativa crece, surge la necesidad de examinar tanto sus beneficios como desafíos, además de considerar alternativas más eficientes.

Aunque los fondos concursables han traído notables beneficios, también se han identificado desafíos. Uno de ellos es la complejidad de los procesos de solicitud y evaluación, lo que limita su accesibilidad. Además, los temas legales involucrados en la postulación han demostrado ser problemáticos, ya que la falta de asesoramiento legal puede llevar a errores. La postulación a través de personas jurídicas también ha resultado problemática en ocasiones, ya que permite abusos y falta de transparencia en la administración de los fondos debido a la falta de formalidad en el sector.

Para mejorar la efectividad de estos estímulos, se propone la simplificación de procedimientos, y la inclusión de capacitaciones y programas de formación integral para asegurar la sostenibilidad de los proyectos beneficiarios. La recolección de información y evaluación de impacto también se destaca como fundamental, porque permite medir el alcance real de estos proyectos.

Finalmente, se plantea la posibilidad de subsidiar la demanda cultural en paralelo a la oferta. Esto implica fomentar el acceso a bienes y servicios culturales a través de incentivos financieros para el público. Ejemplos como los *vouchers* culturales, que brindan descuentos en actividades culturales, ilustran esta perspectiva. Esta estrategia podría democratizar aún más la cultura, romper barreras económicas y permitir que las personas elijan experiencias que resuenen con sus gustos y preferencias.

En última instancia, sugerimos que un equilibrio entre las políticas de oferta y demanda podría ser crucial para un crecimiento cultural sostenible. La subsidiación de la demanda no reemplaza la importancia de financiar directamente a los artistas, sino que complementa estas iniciativas y busca democratizar la cultura, eliminar barreras económicas y fomentar una relación más auténtica y comprometida con las expresiones culturales. Este enfoque podría contribuir a construir una sociedad más inclusiva y enriquecedora, con mayor acceso a todo tipo de producción cultural.

Contribución de autoría

Inés Bullard participó en la conceptualización, la administración del proyecto y los recursos. Inés Bullard y Viana Rodríguez aportaron en la curación y análisis de datos, la investigación, la metodología, la redacción del borrador original y la revisión y edición final.

Fuente de financiamiento

Autofinanciado.

Potenciales conflictos de interés

Las autoras son parte de Cultura 360°, empresa que brinda servicios de asesoría para postulación a fondos concursables por parte de agentes del sector de las industrias culturales y creativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Política y Desarrollo. (2022). ¿Cuánto sabemos sobre las Industrias Creativas y Culturales (ICC) en el Perú? [Publicación en LinkedIn]. https://www.linkedin.com/posts/asociaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica-y-desarrollo_culturales-editorial-audiovisual-activity-6968690492221882368-tbq6/?trk=public_profile_like_view&originalSubdomain=pe

Collect Art. (S. f.). The COLLECT Art Purchase Scheme. <https://www.collect-art.com.au/>

Decreto Legislativo 822. (2003). Ley sobre el Derecho de Autor. <https://www2.congreso.gob.pe/Sicr/TraDocEstProc/CLProLey2001.nsf/0/53d766ee70d2b15705256d5f005b04c3?OpenDocument#:~:text=El%20Decreto%20Legislativo%20822%20-“Ley,la%20salvaguardia%20del%20acervo%20cultural.>

Holder, J. (2006). *Cultural value and the crisis of legitimacy. Why culture needs a democratic mandate*. Demos.

Injuv. (S. f.). Comunidad joven. <https://www.injuv.gob.cl/comunidad-joven>

Madden, C. (2011). Policies for boosting arts demand. <https://culture360.asef.org/insights/policies-boosting-arts-demand/>

Ministerio de Cultura. (2023). Plan anual para el fomento de la actividad cinematográfica y audiovisual para el año 2023. <https://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2023/02/resoluciones-ministeriales/rm000072-2023-mc-anexo.pdf>

Ministerio de Cultura. (2023). Plan anual de estímulos económicos para las industrias culturales y artes 2023. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4418032/RM%20134-2023-MC%20-%20PLAN%20ANUAL%20DE%20ESTIMULOS%20ECONOMICOS%20ICA%202023.pdf?v=1681241248>

Ministerio de Cultura y Deporte. (S. f.). Bono Cultural Joven. <https://www.culturaydeporte.gob.es/destacados/bono-cultural-joven.html>

Throsby, D. (2014). *Economics and culture*. Cambridge University Press.

Which Museum. (S. f.). Museums & attractions included with a discount in CJP Pass in Amsterdam. <https://whichmuseum.com/place/amsterdam-29/cjp-pass-discount-1#:~:text=The%20CJP%20Pas%2FCulture%20Card,music%20and%20of%20course%20museums>

Zakaras, L. y Lowell, J. (2008). *Cultivating demand for the arts. Arts learning, arts engagement, and State arts policy*. RAND Corporation. <https://www.rand.org/pubs/monographs/MG640.html>

Recepción: 31/8/2023

Aceptación: 19/9/2023