

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore: una mirada desde la gestión artística en música – danza.

# UNIVERSIDAD POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



DCA DHA  
DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE

DOCTORADO EN INDUSTRIAS DE LA COMUNICACIÓN Y  
CULTURALES

**APROPIACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO  
CULTURAL INMATERIAL EN LOS FESTIVALES DE FOLKLORE:  
Una mirada desde la gestión artística en música – danza.**

Autor:

Javier Alfonso Gómez Chavarro

Director:

Vicent Giménez Chornet

Valencia, Julio / 2020

## RESUMEN

El evento festival de folklore es un encuentro cultural en un espacio de tiempo limitado y repetible pero no copiable a través del tiempo, en él se encuentran artistas, gestores de festivales, comunidad local y público en general. Esta investigación pretende analizar la importancia que estos, los festivales, tienen en la salvaguardia del patrimonio inmaterial, fuera de este estudio quedan elementos como los económicos o de políticas públicas para centrarse en los roles del patrimonio desde su apropiación y puesta en valor por parte de estos agentes.

Se presenta un análisis basado en una triangulación conceptual de los ejes de estudio (patrimonio inmaterial, los festivales de folklore y los artistas y gestores de festivales) en esto se pretende responder a la pregunta de si los festivales de folklore pueden ser soportes para la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial.

Si bien el concepto de folklore es bastante amplio y puede hacer referencia a diferentes estilos de vida o tradiciones orales, en este estudio solo se hace énfasis en lo relativo a la música y a la danza como patrimonio inmaterial, el cual es materializado en eventos de índole internacional que son los festivales de folklore.

El estudio se concentra en dos grandes bloques, en el primero de ellos se realiza un análisis descriptivo del patrimonio y de los festivales, la importancia de la salvaguardia del patrimonio, el impacto de los festivales en términos de patrimonio, características, periodicidad, importancia para el entorno, etc. Y el segundo bloque tratará de un trabajo empírico que pretende recabar información importante acerca de lo que el patrimonio significa

en términos de apropiación y la importancia de salvaguardarlo, este análisis se realizara en un ambiente de intercambio cultural muy importante que es dado por el festival de folklore y se tomara directamente de los implicados que son los artistas y los gestores de festivales, obteniendo con esto una visión dinámica y objetiva sobre la importancia de los festivales de folklore en la apropiación y salvaguardia del patrimonio inmaterial a través de la música - danza.

Palabras clave: Gestión cultural, festivales de folklore, turismo cultural, patrimonio cultural inmaterial, investigación cualitativa y cuantitativa, salvaguarda, dialogo cultural

## **ABSTRACT**

The folklore festival is a cultural meeting held worldwide for a specific period of time and upholds a unique experience and atmosphere each time. It is a space where artists, festivals managers, local people and general audiences meet to generate cultural value. This research shows how folklore's artists and cultural managers have become the base to safeguard the World's intangible cultural heritage. The economic aspects or public policies is beyond research which focuses on the roles of the intangible cultural heritage from its appropriation and value generation from these agents.

This work is based on a conceptual mix of three study axes (intangible cultural heritage, folklore festivals, and, artists and festival managers) with the aim to answer the question: Could folklore festivals add value and support the appropriation of intangible cultural heritage?

Although the concept of folklore is quite broad and could refer to different lifestyles and oral traditions, this research emphasizes in music and dance as an intangible heritage only, which are materialized in international events known as folklore festivals.

This research work is focused in two parts, in the first, a descriptive analysis of heritage and festivals is made, the importance of the safeguard of the heritage, the impact of the festivals in heritage terms, characteristics, the importance for the region, etc. And in the second part, an analysis is made from the cultural exchange environment lived inside folklore festivals and it is taken directly from people involved within the festival, which are artists and festival managers. By analyzing this environment and interaction, a dynamic and objective vision about



the importance of the folklore festivals is obtained as well as it is shown how this interaction really contributes to safeguarding the intangible cultural heritage through music and dance.

Keywords: Cultural management, folklore festivals, cultural tourism, intangible cultural heritage, qualitative and quantitative research, safeguard, cultural dialogue.

## RESUM

El festival de folklore és una trobada cultural que es fa a tot el món durant un període determinat de temps i que manté una experiència i un ambient únic en cada moment. És un espai on es reuneixen artistes, gestors de festivals, locals i públic en general per generar valor cultural. Aquesta investigació mostra com els artistes i gestors culturals del folklore han esdevingut la base per a la salvaguarda del patrimoni cultural immaterial del món. Els aspectes econòmics o les polítiques públiques estan fora de la recerca que es centra en els rols del patrimoni cultural immaterial a partir de la seva apropiació i generació de valor per part d'aquests agents.

Aquest treball es basa en una barreja conceptual de tres eixos d'estudi (patrimoni cultural immaterial, festivals de folklore i artistes i gestors de festivals) amb l'objectiu de respondre a la pregunta: ¿Podrien els festivals de folklore afegir valor i donar suport a l'apropiació del patrimoni cultural immaterial?

Tot i que el concepte de folklore és força ampli i podria referir-se a diferents estils de vida i tradicions orals, aquesta investigació posa èmfasi en la música i la dansa només com a patrimoni immaterial, que es materialitza en esdeveniments internacionals coneguts com a festivals de folklore.

Aquest treball de recerca es centra en dues parts, en la primera es fa una anàlisi descriptiva del patrimoni i les festes, la importància de la salvaguarda del patrimoni, l'impacte de les festes en termes patrimonials, característiques, importància per a la regió, etc. I a la

segona part, es fa una anàlisi des de l'entorn d'intercanvi cultural viscut dins dels festivals de folklore i es pren directament a persones implicades dins del festival, que són artistes i gestors del festival. Analitzant aquest entorn i interacció, s'obté una visió dinàmica i objectiva sobre la importància dels festivals de folklore, així com es demostra com aquesta interacció contribueix realment a salvaguardar el patrimoni cultural immaterial a través de la música i la dansa.

Paraules clau: Gestió cultural, festivals de folklore, turisme cultural, patrimoni cultural immaterial, recerca qualitativa i quantitativa, salvaguarda, diàleg cultural.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
ABSTRACT.....	III
RESUM.....	V
PREÁMBULO .....	1
INTRODUCCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
Presentación y objeto de estudio .....	6
Justificación .....	8
Antecedentes y estado actual.....	11
Objetivos .....	19
Metodología .....	20
Estructura de la investigación.....	21
MARCO TEÓRICO .....	26
Capítulo 1: Patrimonio cultural inmaterial consideraciones conceptuales .....	27
1.1 Patrimonio y patrimonio cultural.....	27
1.2 Del patrimonio cultural material al inmaterial.....	30
1.3 Eventos y turismo-cultural.....	32
Capítulo 2: El festival de folklore.....	40
2.1. Conceptualización.....	40
2.2. Orígenes y evolución.....	52
2.3. Características.....	55
2.4. Componentes.....	58
2.5. Tipología.....	60
2.6. Financiación.....	70

2.6.1 Entidades públicas.....	72
2.6.2 Entidades privadas.....	75
2.6.3 La organización.....	85
Capítulo 3: Las figuras del gestor y el artista participante como apropiadores y difusores del patrimonio cultural inmaterial .....	87
3.1 Aproximación al gestor de festivales de folklore .....	87
3.1.1 Profesionalización y conjunto de conocimientos competencias y valores.....	87
3.1.2 Organización del festival de folklore.....	103
3.2 Aproximación al artista participante del festival de folklore.....	113
3.2.1 Danza folclórica.....	116
3.2.2 Música folclórica.....	119
3.2.3 Grupo folclórico.....	121
3.2.4 Organizaciones de festivales de folklore .....	123
ESTUDIO EMPÍRICO .....	128
Capítulo 4: Diseño y metodología .....	129
4.1 Marco metodológico y paradigma de la investigación.....	130
4.2 Cronograma del trabajo empírico de la investigación.....	131
4.3 Metodología cuantitativa vs cualitativa y triangulación metodológica...	134
4.4 Objetivos e hipótesis.....	143
4.4.1 Hipótesis para directores de festivales de folklore.....	145
4.4.2 Hipótesis para artistas de festivales de folklore.....	148
4.5 Diseño metodológico .....	150
4.5.1 Universo de festivales de folklore.....	151

4.5.2	Diseño metodológico para directores de festivales de folklore.....	157
4.5.2.1	Herramienta cuantitativa: Instrumento de recogida de información.....	158
	Cuestionario.....	160
	Técnica de muestreo.....	168
	Recopilación de datos.....	173
	Análisis de los datos.....	174
4.5.2.2	Herramienta cualitativa: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión.....	175
	Grupos de discusión.....	176
	Diseño y estructura de los grupos.....	177
	Entrevistas en profundidad.....	181
	Diseño y estructura de las entrevistas en profundidad.....	182
	Guion de entrevista.....	183
4.5.3	Diseño metodológico para artistas de festivales de folklore.....	187
	Elementos de análisis.....	188
4.5.3.1	Observación participante.....	190
4.5.3.2	Entrevistas en profundidad.....	194
4.6	Análisis cualitativo de la información .....	197
ANALISIS.....		200
Capítulo 5: Resultados obtenidos .....		201
5.1	Características sociodemográficas del colectivo objeto de estudio.....	202
	Relaciones significativas entre las variables sociodemográficas.....	210

5.2 Resultados del cuestionario.....	213
5.2.1 Características de gestión del festival de folklore.....	214
5.2.1.1 Grado de importancia en la gestión del festival.....	214
5.2.1.2 Influencias en la selección de grupos participantes.....	235
5.2.2 Características del gestor del festival de folklore.....	249
5.2.2.1 Conocimientos del director del festival de folklore.....	249
5.2.2.2 Competencias del director del festival de folklore .....	260
5.2.2.3 Valores del director del festival de folklore .....	278
5.2.3 Uso de herramientas de tecnología e internet por parte de los directores del festival de folklore.....	289
5.2.4 Recursos, viabilidad e impactos del festival de folklore.....	295
5.2.4.1 Recursos para la gestión del festival de folklore.....	295
5.2.4.2 Impactos del festival de folklore.....	311
5.3 Análisis del estudio cualitativo.....	328
5.3.1 Gestión del festival de folklore.....	328
5.3.1.1 Evolución profesional dentro del mundo de festivales de folklore.....	329
5.3.1.2 Inicios e importancia de organizaciones de festivales....	330
5.3.1.3 Elementos claves para la gestión del festival.....	332
La constancia.....	332
Redes de trabajo.....	333
Auto sostenibilidad del festival.....	334
Tecnología.....	335

5.3.1.4 Dificultades como directivo.....	335
5.3.1.5 Grado de profesionalidad de la industria.....	337
5.3.2 Gestor del festival de folklore.....	338
Competencias, habilidades y valores para un gestor de festivales de folklore.....	339
Principales retos para un gestor de festivales de folklore.....	342
Desarrollo del rol como gestor del festival de folklore.....	343
5.3.3 Tecnología e internet.....	345
5.3.4 Recursos, viabilidad e impactos.....	348
5.3.5 Elementos artísticos.....	350
5.4 Análisis del estudio de los artistas.....	352
5.4.1 La creación artística.....	353
5.4.1.1 Repertorio.....	353
5.4.1.2 Recurso humano.....	356
5.4.1.3 Experiencia en festivales.....	358
5.4.1.4 Motivación hacia el festival.....	359
Intercambio cultural.....	359
Turismo.....	360
5.4.2 Conocimientos, competencias y valores de los artistas.....	361
5.4.3 Entorno de gestión.....	363
5.4.4 Titularidad y modelos financieros de participación en un festival de folklore.....	367
5.4.5 Uso de aplicaciones digitales, internet y redes sociales .....	369



CONCLUSIONS .....	372
Study conclusions.....	373
Study limitations.....	384
Works from the thesis and future lines of research.....	385
BIBLIOGRAFÍA .....	388
ANEXOS .....	426
Anexo 1: Cuestionario organización de festivales de folklore.....	427
Anexo 2: Guion de entrevistas directores de festivales de folklore.....	440
Anexo 3: Guion de grupos de discusión.....	443
Anexo 4: Guion de entrevistas artistas participantes.....	445

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estructura metodológica	21
Figura 2: Turismo de eventos como composición entre eventos y turismo	34
Figura 3: Combinación de factores para una tipología de eventos	45
Figura 4: Características generales de los festivales	56
Figura 5: Elementos que hacen posible un festival	60
Figura 6: Tipología del festival de folklore	69
Figura 7: Partes interesadas en los eventos para tener en cuenta por parte del director de festivales	90
Figura 8: Marco conceptual en la gestión de eventos	95
Figura 9: Modelo internacional EMBOK	98
Figura 10: Procesos de EMBOK	100
Figura 11: Cronograma del trabajo empírico de la investigación	132
Figura 12: Mapa geográfico de los festivales identificados	155
Figura 13: Distribución de festivales por zona demográfica	155
Figura 14: Secuencia del diseño metodológico	157
Figura 15: Etapas en el desarrollo de un cuestionario	160
Figura 16: Bloques del cuestionario final usado en esta investigación	161
Figura 17: Diseño de los grupos de discusión	178
Figura 18: Acción directiva del moderador	180
Figura 19: Tipos de entrevistas	182
Figura 20: Diseño de entrevistas en profundidad	183
Figura 21: Secuencia del diseño metodológico para los artistas	187
Figura 22: Proceso de análisis cualitativo de la información	197
Figura 23: Directores de festivales de folklore según país	202
Figura 24: Cargo oficial de los encuestados	203
Figura 25: Directores de festivales de folklore según genero	204
Figura 26: Directores de festivales de folklore según edad	205
Figura 27: Directores de festivales de folklore según tiempo en el cargo	205
Figura 28: Directores de festivales de folklore según nivel de estudios	206
Figura 29: Directores de festivales de folklore según área de estudios	207
Figura 30: Directores de festivales de folklore según tipo de festival que dirigen	208
Figura 31: Directores de festivales de folklore según titularidad del festival que dirigen	209
Figura 32: Directores de festivales de folklore según modelo financiero del festival que dirigen	209
Figura 33: Relación de la edad de los directores de festivales de folklore con respecto al tiempo en el cargo	211
Figura 34: Relación del genero con la edad de los directores de festivales de folklore	212
Figura 35: Relación del genero con el nivel de estudios de los directores de festivales de folklore	213
Figura 36: Relación del genero con el nivel de estudios de los directores de festivales de folklore	213
Figura 37: Relación del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto a la selección y uso de espacios	219
Figura 38: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto a la selección y uso de espacios	219

Figura 39: Relación del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones	220
Figura 40: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones	221
Figura 41: Relación del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a segmentación de público	222
Figura 42: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a segmentación de público	222
Figura 43: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones	223
Figura 44: Relación porcentual el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones	224
Figura 45: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de recursos económicos y humanos	225
Figura 46: Relación porcentual el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de recursos económicos y humanos	225
Figura 47: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad entender disposiciones y normas de cada grupo	226
Figura 48: Relación porcentual el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad entender disposiciones y normas de cada grupo	226
Figura 49: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad promover y programar actividades de integración cultural en los grupos	227
Figura 50: Relación porcentual el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad promover y programar actividades de integración cultural en los grupos	228
Figura 51: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de las actividades de la programación	229
Figura 52: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de las actividades de la programación	229
Figura 53: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural	230
Figura 54: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural	231
Figura 55: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a entender disposiciones y normas de cada grupo	232
Figura 56: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a entender disposiciones y normas de cada grupo	232
Figura 57: Relación entre el modelo financiero de los festivales de folklore con respecto a la segmentación de público	233
Figura 58: Relación porcentual del modelo financiero de los festivales de folklore con respecto a la segmentación de público	234
Figura 59: Relación entre tipo de festival con respecto a la gestión de las actividades de la programación	235
Figura 60: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a la gestión de las actividades de la programación	235

Figura 61: Relación entre el tiempo en el cargo como director con respecto al colorido	240
Figura 62: Relación porcentual del tiempo en el cargo como director con respecto al colorido	240
Figura 63: Relación del tiempo en el cargo como director con respecto a armonía entre música y baile	241
Figura 64: Relación porcentual del tiempo en el cargo como director con respecto a armonía entre música y baile	241
Figura 65: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a armonía entre música y baile	242
Figura 66: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a armonía entre música y baile	243
Figura 67: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a vestuario típico	244
Figura 68: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a vestuario típico	244
Figura 69: Relación de la titularidad del festival con respecto a instrumentos autóctonos	245
Figura 70: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a instrumentos autóctonos	246
Figura 71: Relación del tipo de festival con respecto a la trayectoria del grupo	247
Figura 72: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a la trayectoria del grupo	247
Figura 73: Relación del tipo de festival con respecto al colorido	248
Figura 74: Relación porcentual del tipo de festival con respecto al colorido	248
Figura 75: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a estrategia y planificación	253
Figura 76: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a estrategia y planificación	254
Figura 77: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a análisis de impactos	255
Figura 78: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a análisis de impactos	255
Figura 79: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a conocimientos artísticos	256
Figura 80: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a conocimientos artísticos	257
Figura 81: Relación de la titularidad del festival con respecto a trabajo colaborativo y creación de redes	258
Figura 82: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a trabajo colaborativo y creación de redes	258
Figura 83: Relación del modelo financiero del festival con respecto a significación cultural de las representaciones artísticas	259
Figura 84: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a significación cultural de las representaciones artísticas	260
Figura 85: Relación de la edad de los directores con respecto al respeto a la diversidad cultural	264

Figura 86: Relación porcentual de la edad de los directores con respecto al respeto a la diversidad cultural	265
Figura 87: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a lingüística	266
Figura 88: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a lingüística	266
Figura 89: Relación del nivel de estudio de los directores con respecto a comprensión de las dimensiones interculturales y sociales	267
Figura 90: Relación porcentual del nivel de estudio de los directores con respecto a comprensión de las dimensiones interculturales y sociales	268
Figura 91: Relación del genero de los directores con respecto a respeto a la diversidad cultural	269
Figura 92: Relación porcentual del genero de los directores con respecto a respeto a la diversidad cultural	269
Figura 93: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a capacidad de análisis y razonamiento crítico	270
Figura 94: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a capacidad de análisis y razonamiento crítico	271
Figura 95: Relación del modelo financiero del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal	272
Figura 96: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal	272
Figura 97: Relación del tipo de festival con respecto toma de decisiones	273
Figura 98: Relación porcentual del tipo de festival con respecto toma de decisiones	274
Figura 99: Relación de la titularidad del festival con respecto toma de decisiones	275
Figura 100: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto toma de decisiones	275
Figura 101: Relación de la titularidad del festival con respecto a lingüística	276
Figura 102: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a lingüística	276
Figura 103: Relación de la titularidad del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal	277
Figura 104: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal	278
Figura 105: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a sentido del orden y disciplina	282
Figura 106: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a sentido del orden y disciplina	282
Figura 107: Relación de la zona geográfica de los directores con respecto a tradición	283
Figura 108: Relación porcentual de la zona geográfica de los directores con respecto a tradición	284
Figura 109: Relación de la titularidad del festival con respecto a religiosidad y misticismo	285
Figura 110: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a religiosidad y misticismo	285
Figura 111: Relación del modelo financiero del festival con respecto a sentido del orden y disciplina	286

Figura 112: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a sentido del orden y disciplina	287
Figura 113: Relación del modelo financiero del festival con respecto a belleza	288
Figura 114: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a belleza	288
Figura 115: Resultados de las actividades de los directores en la etapa pre-festival	290
Figura 116: Resultados de las actividades de los directores en la etapa durante-festival	291
Figura 117: Resultados de las actividades de los directores en la etapa post-festival	292
Figura 118: Resultados de la pregunta sobre los paquetes informáticos usados por los directores para la realización de las actividades del festival	293
Figura 119: Resultados de la pregunta sobre las redes usadas por los directores para la realización de las actividades del festival	293
Figura 120: Resultados de la pregunta sobre las herramientas de internet usadas por los directores para la realización de las actividades del festival	294
Figura 121: Relación de la edad de los directores con respecto a arte autóctono y único	299
Figura 122: Relación porcentual de la edad de los directores con respecto a arte autóctono y único	300
Figura 123: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival	301
Figura 124: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival	301
Figura 125: Relación del área de estudios de los directores con respecto a posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG, en referencia al patrimonio cultural inmaterial	303
Figura 126: Relación porcentual del área de estudios de los directores con respecto a posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG, en referencia al patrimonio cultural inmaterial	303
Figura 127: Relación del genero de los directores con respecto a presupuesto y financiación suficiente	304
Figura 128: Relación porcentual del genero de los directores con respecto a presupuesto y financiación suficiente	305
Figura 129: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a espacios adecuados	306
Figura 130: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a espacios adecuados	306
Figura 131: Relación del modelo financiero del festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	307
Figura 132: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	308
Figura 133: Relación del tipo de festival con respecto a presupuesto y financiación suficiente	309
Figura 134: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a presupuesto y financiación suficiente	309

Figura 135: Relación de tipo de festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	310
Figura 136: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	311
Figura 137: Relación del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto al impacto del interés político	315
Figura 138: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto al interés político	316
Figura 139: Relación entre el área de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a la sostenibilidad medio ambiental	317
Figura 140: Relación porcentual entre el área de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a la sostenibilidad medio ambiental	318
Figura 141: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la viabilidad económica	319
Figura 142: Relación porcentual entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la viabilidad económica	319
Figura 143: Relación entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la difusión del patrimonio cultural inmaterial	320
Figura 144: Relación porcentual entre el genero de los directores de festivales de folklore con respecto a la difusión del patrimonio cultural inmaterial	320
Figura 145: Relación entre la titularidad del festival de folklore con respecto a la participación	322
Figura 146: Relación porcentual entre la titularidad del festival de folklore con respecto a la participación	322
Figura 147: Relación entre la titularidad del festival de folklore con respecto a turismo cultural	323
Figura 148: Relación porcentual entre la titularidad del festival de folklore con respecto a turismo cultural	324
Figura 149: Relación entre la zona demográfica del festival de folklore con respecto a viabilidad económica	325
Figura 150: Relación porcentual entre la zona demográfica del festival de folklore con respecto a viabilidad económica	325
Figura 151: Relación entre el modelo financiero del festival de folklore con respecto a creación de empleo	327
Figura 152: Relación porcentual entre el modelo financiero del festival de folklore con respecto a creación de empleo	327
Figura 153: Nube de palabras con mayor frecuencia dada en los grupos de discusión y entrevistas	328
Figura 154: Terminología mas utilizada por los directores entrevistados en la parte de gestión del festival de folklore	329
Figura 155: Nube de palabras con mayor frecuencia dada en los artistas	353
Figura 156: Perfil de los artistas de acuerdo con estudios tomados del estudio cualitativo	365

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipología en relación entre eventos y turismo	35
Tabla 2: Tipología de actividades de turismo cultural	39
Tabla 3: Evolución de concepto de festival de acuerdo con autores	43
Tabla 4: Dimensiones y aspectos singulares de los festivales según autores	47
Tabla 5: Principales componentes de un festival	59
Tabla 6: Criterios de tipología de festivales	62
Tabla 7: Fuentes de financiación, características y formas de uso actuales	72
Tabla 8: Áreas de operación que debe seguir la dirección de un festival	94
Tabla 9: Dominios de conocimiento EMBOK y Clases	99
Tabla 10: Resumen principales características de las mas importantes organizaciones de festivales de folklore	124
Tabla 11: Características de la investigación cuantitativa y cualitativa	134
Tabla 12: Métodos mixtos de diseño	140
Tabla 13: Número de festivales de folklore seleccionados pertenecientes a las asociaciones de este estudio	153
Tabla 14: Representatividad geográfica y numero de los festivales de folklore organizados	154
Tabla 15: Festivales y eventos seleccionados para realizar el trabajo de campo in situ	156
Tabla 16: Relación de las hipótesis con las variables del cuestionario	163
Tabla 17: Grado de importancia en la gestión del festival	163
Tabla 18: Influencias en la selección de grupos participantes	164
Tabla 19: Conocimientos importantes para la gestión del festival	164
Tabla 20: Competencias importantes para la gestión del festival	165
Tabla 21: Valores importantes en la gestión del festival	165
Tabla 22: Actividad tecnológica e internet del festival	166
Tabla 23: Recursos importantes en la gestión del festival	167
Tabla 24: Impactos importantes en la gestión del festival	167
Tabla 25: Otras Variables de identificación incluidas en el cuestionario	167
Tabla 26: Cuotas por número de países que organizan festivales de folklore	170
Tabla 27: Cuotas por número de festivales de folklore organizados por los diferentes países que conforman las regiones demográficas	172
Tabla 28: Ficha técnica resumen del estudio	173
Tabla 29: Resumen características de los grupos de discusión llevados a cabo	181
Tabla 30: Directores de festivales de folklore entrevistados	186
Tabla 31: Valoración de conocimientos para la creación artística	188
Tabla 32: Valoración de competencias para la creación artística al momento de participar del festival de folklore	188
Tabla 33: Valoración de valores del grupo artístico al momento de participar del festival de folklore	189
Tabla 34: Valoración de Motivaciones al momento de participar en un festival de folklore	189
Tabla 35: Elementos identificativos del artista participante	189
Tabla 36: Actividad tecnológica e internet del grupo participante	190
Tabla 37: Fechas, grupos y lugares donde se llevó a cabo la observación participante	193
Tabla 38: Artistas de festivales de folklore entrevistados y lugar de las entrevistas	196



Tabla 39: Directores de festivales de folklore	202
Tabla 40: Cargo oficial de los encuestados	203
Tabla 41: Directores de festivales de folklore según genero	204
Tabla 42: Directores de festivales de folklore según edad	205
Tabla 43: Directores de festivales de folklore según tiempo en el cargo	205
Tabla 44: Directores de festivales de folklore según nivel de estudios	206
Tabla 45: Directores de festivales de folklore según área de estudios	207
Tabla 46: Directores de festivales de folklore según tipo de festival que dirigen	208
Tabla 47: Directores de festivales de folklore según titularidad del festival que dirigen	209
Tabla 48: Directores de festivales de folklore según modelo financiero del festival	209
Tabla 49: Valoración de las actividades de gestión por parte de los directores de festivales de folklore	215
Tabla 50: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las actividades de gestión del festival de folklore	217
Tabla 51: Valoración de las influencias para seleccionar grupos participantes del festival por parte de los directores de festivales de folklore	236
Tabla 52: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las influencias para seleccionar grupos por parte de los directores de festivales de folklore	238
Tabla 53: Valoración de los conocimientos del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	250
Tabla 54: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los conocimientos del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	251
Tabla 55: Valoración de las competencias del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	261
Tabla 56: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las competencias del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	263
Tabla 57: Valoración de los valores del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	279
Tabla 58: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los valores del gestor por parte de los directores de festivales de folklore	280
Tabla 59: Valoración de los recursos del festival por los directores de festivales de folklore	296
Tabla 60: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los recursos del festival de folklore	298
Tabla 61: Valoración de los impactos esperados por los directores de festivales de folklore	312
Tabla 62: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los impactos del festival de folklore	314
Table 63: Verifying hypotheses for folklore festival directors	375
Table 64: Verifying hypotheses for artists participating in folklore festivals	376
Table 65: Works from research	385

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

## PREÁMBULO

En el primer semestre del año 2016, comienzo este trabajo con la definición del campo en el que tendrá lugar el proyecto de investigación que se focaliza en la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial desde la gestión artística y organizativa de los festivales de folklore. Un tema apasionante para mi no solo desde el punto de vista académico sino también profesional. Esta definición llega de un proceso experiencial vivido como artista y gestor de grupos para festivales de folklore desde el año 2008, con experiencias muy enriquecedoras en diferentes partes del mundo, y que desde aquella época divisaba esta investigación, en un principio sin las técnicas o herramientas de la academia para el estudio. Así pues, ante esta carencia en el año 2011 y hasta 2013 realizo el máster en gestión cultural, con el que me da un avance significativo en la intención de plasmar el estudio.

No es sino hasta julio de 2014 en una de las giras por festivales folclóricos que decido poner en práctica una de las metodologías de investigación y plasmo en un cuaderno de apuntes sensaciones relativas a características comunes con otros artistas inherente a su origen y tradiciones en música y danza, así mismo empiezo a recabar información por parte de otros artistas y directivos de los festivales en entrevistas informales, consiguiendo con esto una perspectiva del patrimonio cultural inmaterial cada vez mas global.

Con el objetivo en mente cada vez mas claro, con un avance en recopilación de los objetos de estudio y con la elaboración de un cuaderno de experiencias fruto de la observación participante en 12 festivales de folklore europeos y 5 sudamericanos, inicia el proceso doctoral en febrero de 2016, con el apoyo y guía de Vicent Gimenez Chornet que con su sabia dirección, consejos, perspectivas y reflexiones me permitieron dar un

paso importante para determinar el plan de investigación, el cual seguí a través de los años subsiguientes.

Analizar, estudiar y entender las razones por las que cada artista y director valora el patrimonio cultural inmaterial tanto propio como el de los demás es la principal motivación por la que me embarqué en esta investigación. Así mismo este trabajo específico planta una primera idea de sinergia entre la academia y las instituciones encargadas de reconocer y proteger el patrimonio cultural inmaterial que espero desemboque en mas proyectos en los años venideros.

Este trabajo ha sido desarrollado en una aplicación paralela de la metodología de investigación y trabajos in situ en un total de 18 festivales de folklore europeos y 6 en China, con las vivencias dentro de 6 grupos artísticos diferentes de Sudamérica y Europa en los años 2016 a 2019.

Javier Alfonso Gómez Chavarro

Valencia, junio de 2020

## INTRODUCCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El contenido de esta investigación se centra en el análisis del fenómeno festival como categoría de estudio dentro de los eventos culturales, detallando las actividades específicas de los festivales de folklore en torno a su gestión y analiza el rol del director y artista participante como elemento principal que conlleva acciones de apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial. Debido a que existen en la actualidad diversos problemas en torno a la gestión comunes asociados a estas celebraciones, se hace necesario potenciar esta figura dentro de estos protagonistas por lo que su desarrollo como gestores es esencial para que el festival perdure en el tiempo y mantenga sus objetivos en torno a su salvaguardia.

Cabe destacar que el contenido de esta tesis se inspira y fundamenta en el gran trabajo que hay detrás de la gestión de estos festivales y se respalda a través del gran desarrollo metodológico en torno al trabajo de campo desarrollado desde 2016 en diferentes festivales de folklore internacional. El doctorando ha estado y está ligado profesionalmente con este tipo de eventos lo que le resulta de gran interés el poder potencial su continuidad a través de modelos organizativos propios de la gestión de eventos.

Esta introducción ofrece una panorámica general de su contenido, exponiendo su justificación, antecedentes, objetivos que persigue, la delimitación temporal, la metodología utilizada y la estructura de su contenido.

## **PRESENTACIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO**

La investigación que se presenta, pretende analizar las actividades que sobre el patrimonio cultural inmaterial se ejercen desde la gestión de los festivales de folklore, un tipo de festival muy especial debido a su carácter identitario, etnográfico e histórico, que cuenta con una presencia considerablemente continuada a nivel mundial y genera grandes y únicos momentos de intercambio cultural y dialogo entre los pueblos, por lo tanto, se presenta como ejes de estudio al artista (o grupo) participante del festival de folklore en Europa y Latinoamérica como actor principal en la apropiación del patrimonio cultural inmaterial y al gestor de festivales de folklore como difusor del patrimonio cultural inmaterial. Así pues, este tema enmarca tres ejes centrales de estudio: El patrimonio cultural inmaterial reflejado en música-danza, los festivales de folklore como soportes para la apropiación del patrimonio cultural inmaterial y el papel de los artistas participantes y gestor del festival como entes de apropiación y puesta en valor de este patrimonio cultural inmaterial.

El primer eje central versa sobre el patrimonio cultural inmaterial. La visión teórica y su desarrollo proviene de las políticas creadas por UNESCO y las diferentes organizaciones gubernamentales dentro de su compromiso de obligatoriedad de que cada estado velase por la protección de su patrimonio y de su salvaguardia, por lo tanto, estas políticas y acuerdos, es el punto de partida para esta investigación.

El segundo eje central apunta hacia los festivales de folklore, este tipo de organizaciones, su naturaleza, características y factores que influyen en su desarrollo permiten conocer como se gestiona la organización que hace posible la realización del

fenómeno del festival. Por lo tanto, se analizan sus características, su evolución en el tiempo, su integración y desarrollo en la vida actual. Comúnmente, los festivales de folklore, reúnen diferentes elementos artísticos, musicales, dancísticos, festivos, lúdicos y en muchas ocasiones, gastronómicos y medioambientales, conformándose así, un fenómeno de carácter social muy complejo pero con potencialidad, ya que al generarse como espacio de integración, dialogo e intercambio, puede constituirse como una barrera de dependencia administrativa, por lo tanto, se estudian factores determinantes en la estructura organizacional y social para lograr su continuidad en el tiempo.

El tercer eje central se centra en el papel de los artistas participantes y del gestor de festivales, como actores principales de este fenómeno y quienes atan todo el entramado de esta investigación, son los que hacen posible que el festival exista y que el patrimonio se difunda. El análisis de sus perfiles se construye a partir de los fundamentos de la experiencia de apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial dentro del tiempo del festival.

Con relación al ámbito temporal, la investigación se centra en el periodo 2015-2019, primero con una aproximación a los actores del festival y luego con un abordaje metodológico científico delimitado. La aplicación práctica en este periodo hace posible analizar la situación de los objetos de estudio en el contexto específico de realización del festival de folklore.

Con relación al ámbito geográfico, este análisis viene determinado por las fuentes de información acatadas en la metodología de esta investigación<sup>1</sup>, se focaliza en el ámbito

---

<sup>1</sup>El diseño, desarrollo y trabajo de campo de la metodología empleada se detalla en el capítulo 4 de esta investigación.



mundial, principalmente en Europa, pero no deja de lado los festivales en los otros continentes:

- El estudio cuantitativo se aborda teniendo en cuenta la representatividad de gestores de festivales a nivel mundial, esta representatividad es mayormente europea, pero se hace hincapié en lograr la participación completa de gestores en los cinco continentes.
- El estudio cualitativo y comparativo de directores y artistas se aborda teniendo en cuenta la representatividad en el estudio de campo desarrollado, mayormente en Europa, Sudamérica y China<sup>2</sup>, dependiendo de la diversidad en la participación de los mismos en estos eventos.

## **JUSTIFICACIÓN**

Los festivales como plataforma de difusión, en general, son un fenómeno de la modernidad (y su estudio lo es aun mas) en el que favorecen la identidad comunitaria local (Getz, 2010a) el beneficio económico-turístico (Devesa, 2006) y finalmente encontramos su dimensión festiva (Ariño, 1992; Hernández i Martí, 2014; Marcos y Alvira, 2016) en el que se unen claves individuales y sociales, que motivan la autorrealización de las personas, en la cohesión de las comunidades y la consolidación de políticas culturales en torno a un mismo evento.

---

<sup>2</sup>Los festivales del trabajo de campo desarrollado en estas zonas geográficas se detallan en el capítulo 4 de esta investigación.

De esta forma, el estudio de festivales es considerado un tema reciente, que se ha ido consolidando en las últimas décadas, por lo que la literatura académica ha puesto interés en estudiarlo y desarrollarlo, contando mayoritariamente en principio con estudios de impactos económicos-turísticos, de marca, o como guías de organización, comunicación y marketing (Gomez, 2015) y en menor medida con estudios de impacto social y relativos al ámbito etnológico del sitio donde se desarrolla el festival (Falassi, 1997)

Bonet (2011) en Calvo (2016), señala que los festivales son un contenedor extraordinariamente dúctil por su capacidad de adaptación a realidades y formas de expresión muy diversas, desde el ámbito rural al de los grandes centros metropolitanos.

En el trabajo de Getz (2010b) se engloban los festivales dentro de tres grandes perspectivas

- Perspectiva socio-antropológico, en el que se centra en los roles, significados e impactos de los festivales en la sociedad y la cultura. Particularmente y con relación a las temáticas de esta investigación las relaciones invitado-anfitrión, gestión y la relación patrimonio-artística de los actores principales, son ámbitos relativamente poco estudiados.

- Perspectiva turística del festival como parte integral de turismo de eventos. Enfocado en la evaluación del impacto económico, el marketing y la planificación del destino, o las motivaciones de la audiencia para asistir a un festival. Los festivales son motivadores del turismo y figura para el desarrollo y consolidación de destinos, lugar de

encuentro, socialización y experiencias únicas (Pérez, 2016) esta perspectiva, además, pone en evidencia y da una mirada mas profunda hacia la necesidad de realización de los festivales presentando el fenómeno de festivalización relativo a la tendencia del siglo XX con el crecimiento cuantitativo de organización de festivales.

- Perspectiva de gestión del festival, Es la perspectiva más joven en ser estudiada y ha sido centrada históricamente más en la divulgación profesional que en la investigación científica. Las temáticas con mayores referencias son el marketing, la planificación estratégica, la evaluación y las estructuras de gobernanza y grupos de interés; es en esta perspectiva en la que el gestor y el artista son figuras clave, ya que su visión y forma de gestión puede dificultar o facilitar la realización o no del festival. Por ello, esta tesis plantea la necesidad de conversión del gestor y artista de festivales de folklore en apropiadores y personas que ponen en valor el patrimonio inmaterial, que a su vez se constituyen como creadores de experiencias con capacidad para facilitar a la audiencia la vivencia de experiencias auténticas, memorables, y significativas, de esta forma, el conocimiento del perfil actual de los directores y artistas con respecto a esta temática se convierte en un objeto de estudio esencial.

El fenómeno del festival de folklore es un evento especial, pues este se incluye en estas tres diferentes perspectivas, ya que, a pesar de ser un evento de carácter patrimonial, presenta objetivos turísticos-culturales y no va (en su mayoría) estrictamente ligado con lo económico por lo que es un fenómeno cultural plural-social, económico y turístico, y a la vez que su gestión actual presenta diferentes retos que deberán ser asumidos por sus dos principales actores.

Poner en el panorama los festivales de folklore y evidenciar las diferentes categorías necesarias para su gestión, así como identificar la creación artística relacionada a estos eventos son algunos de los retos mas importantes en esta nueva década, por lo que esta tesis pretende ser una herramienta de reflexión y replanteamiento del rol del gestor y artista, además busca ahondar en el análisis de la organización de estos eventos desde una perspectiva cultural en creación, difusión y gestión, analizando las etapas del festival con respecto a la vivencia de los actores y la evolución con las nuevas tecnologías en el campo específico de festivales de folklore, ya que es un campo aun desconocido y son escasas las publicaciones académicas encontradas.

## **ANTECEDENTES Y ESTADO ACTUAL**

El rol del artista y gestor de festivales de folklore en la apropiación y salvaguardia del patrimonio inmaterial es un tema muy específico por lo que explica que prácticamente no haya investigaciones que lo desarrollen a profundidad, sin embargo, de manera diferenciada si encontramos diversos adelantos en su estudio que son el punto de partida para esta tesis.

Como se ha expuesto al inicio de esta tesis doctoral, este trabajo se desarrolla en el contexto general de los eventos culturales y los festivales de folklore particularmente. Inicialmente, antes de la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO en 2003, algunos autores como Cowan (1990), Rowe y Schelling (1991), Walle (1994), Larson y Harris (1995), Turino (1997), Najera-Ramirez (1999) dentro de su investigación antropológica, ya relacionaron los términos folklore y festival, Mendoza (1998) presenta una investigación en el que analiza parte del fenómeno

de festival de folklore, su definición y su gestión con el objetivo de establecer una exposición hacia los actores sociales en Latinoamérica, de igual forma, Baco Cheng, Baron y Dun (2014) lo analizan desde una perspectiva comparativa entre América y China. En estas investigaciones, el término folk-lore<sup>3</sup> indica el conjunto de nociones populares, costumbres, observaciones, supersticiones, baladas, proverbios y otros materiales de “los viejos tiempos”, este término fue introducido por Briton William John Thoms en la mitad del siglo XIX inspirado por los trabajos de los hermanos Jacob y Wilhelm Grimm quienes a su vez se debían a Johann Gottfried von Herder quien recalcó el término “das Volk”<sup>4</sup> como referencia al verdadero espíritu de una nación (Klein, 1997), a partir de este momento el término fue usado de diferentes formas a nivel internacional, unos asumiendo el término como propio y otros desestimándolo por ser parte de una imposición colonial, además de presentarse un interés creciente por estudiarlo en el ámbito académico dentro de la antropología (Smith, 1959). Así mismo, los precedentes de investigación han sido desarrollados desde diferentes perspectivas, por una parte, el patrimonio inmaterial y su constante desarrollo con políticas públicas de la UNESCO y los estado/nación miembros, autores como García Canclini (2004), Lacarrieu(2008), Endere (2013), entre otros, presentan diferentes artículos académicos donde hacen un análisis de la importancia de proteger y salvaguardar este patrimonio; por otra parte el estudio de festivales con referentes hacia el turismo cultural y su importancia para potenciar modelos económicos y destinos, algunos autores como Richards (1996, 2002, 2003, 2007, 2008, 2017, 2018), Quinn (2009), Prentice y Andersen (2003), han analizado las potencialidades de esta nueva forma de turismo y las ventajas de desarrollarlo a nivel local, regional; finalmente el tercer enfoque desde el que se han realizado investigaciones precedentes a este trabajo parten de la gestión de eventos. Autores como Getz (1989, 1991, 1998, 2002, 2005, 2008,

---

<sup>3</sup> Del inglés *folk* “Pueblo” y *lore* “Saber”

<sup>4</sup> das Volk: Término Alemán que indica de la gente

2010a, 2010b, 2011), Robinson y Noel (1991), Goldbatt (2000, 2004, 2010), Prentice y Anderson (2003), Brown y James (2004), Long y Robinson (2004), Pitts (2005), Karlsen y Brandstrom (2008), Morgan (2008), Allen (2009), Berridge (2014), han desarrollado metodologías y han analizado la gestión de estos eventos desde una perspectiva además de histórica, también desde la dirección, habilidades del gestor, audiencias y comunicación; igualmente en el panorama nacional español encontramos grandes autores como Bonet (2009, 2011), Ortega e Izaguirre (2010), Carreño (2014), brindando un análisis de los eventos desde la gestión cultural.

En el primer eje central correspondiente al patrimonio cultural inmaterial, la convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial lo define como los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. (Unesco, 2003).

La creación de este instrumento jurídico internacional para lograr esta convención sobre la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial no fue algo sencillo ya que en primer lugar fue necesario la creación de un sistema internacional de protección del patrimonio y además se debió consolidar la salvaguardia del patrimonio material, ya sea

cultural (mueble e inmueble) o natural; solo ahí fue posible avanzar en la protección del patrimonio intangible (Endere, 2013).

Así pues, los inicios de la protección internacional del patrimonio se remontan al periodo entre las guerras mundiales donde comenzó un movimiento conservacionista a nivel internacional que se plasmó en la carta de Atenas de 1931 (UNESCO, 1931), posteriormente estos esfuerzos dieron lugar a la creación de la UNESCO en 1945, en cuyo oficio se adoptaron las convenciones sobre la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado (UNESCO, 1954). Sobre las medidas para prohibir e impedir la importación, exportación y transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales (UNESCO, 1970) y la convención para la protección del patrimonio mundial cultural y natural (UNESCO, 1972). Así mismo durante la década del 60 se dieron la convención europea acerca de la protección del patrimonio arqueológico en 1969, revisado en 1992 en la Valetta-Malta (CONSEJO EUROPEO, 1992) y la carta de Venecia en (ICOMOS, 1965) donde se introdujeron criterios para evaluar la autenticidad de los bienes culturales. En 1989 se elaboró la carta de Burra (ICOMOS, 1999) donde se reconoce la importancia de considerar la percepción de las culturas no occidentales en relación con el patrimonio y de respetar el derecho a participar de los grupos indígenas, minorías étnicas y pobladores locales, de esta manera introdujo un nuevo criterio para evaluar el valor de un lugar patrimonial que es el de la significación cultural. Posteriormente en 1994 se realiza la Conferencia de Nara (ICOMOS, 1994) donde se concluye que “la evaluación de significación de un lugar debe partir de la comprensión de sus valores y características de cada cultura” y el valor y la autenticidad de un bien cultural no debe evaluarse con criterios fijos, sino que debe interpretarse a la luz del contexto cultural al que pertenece.

Durante más de tres décadas, la concepción del patrimonio se había centrado básicamente en la protección de los bienes materiales muebles –Colecciones y objetos – e inmuebles – sitios – y no se había tenido en cuenta los componentes inmateriales que hacen parte de estos. Los antecedentes más directos previos a la convención de 2003 fueron la recomendación sobre la salvaguarda de la cultura tradicional y popular (UNESCO, 1989), la declaración universal sobre la diversidad cultural (UNESCO, 2001) y la declaración de Estambul (UNESCO, 2002).

El término usado por la convención de 2003 no fue el de “patrimonio cultural inmaterial” debido a las muchas dificultades con que tropezaron los trabajadores y estudiosos de la cultura, en un contexto comparativo internacional, a causa del empleo y la mala interpretación de expresiones tales como “folklore”, “patrimonio oral”, cultura tradicional”, “cultura expresiva”, “modo de vida”, “vida popular”, “cultura etnográfica”, “cultura de base comunitaria”, “costumbres”, “patrimonio cultural vivo” y “cultura popular” (Kurin, 2004). Así pues, a partir de 2003, esta convención se convirtió en el primer instrumento jurídico internacional a través del cual los estados parte se comprometen a sostener medidas para garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial.

En cuanto al segundo eje correspondiente a los festivales, desde finales de los 70 se han llevado a cabo investigaciones en diferentes países occidentales sobre el fenómeno de los festivales culturales o artísticos. Durante estos años, se ha desarrollado un amplio repertorio de trabajos de investigación en función de las diferentes herramientas de investigación: métodos, alcance, enfoque, campo y tamaño. Las primeras investigaciones



se realizaron por razones prácticas económicas con el objetivo de responder a la pregunta:  
¿por qué gastar dinero público en los festivales? (Calvo, 2016).

Más tarde esto llevo a una comprensión de los festivales como fenómeno de ámbito regional y desarrollo rural (Ariño, 1992; Bianchini y Maugham, 2003; Richards, 2007; Richards y Palmer, 2010; San Salvador, 2010).

“La palabra festival, etimológicamente, procede del latín *festivus* y hace referencia al concepto de festividad o fiesta. En el siglo XVIII se empieza a utilizar como una fiesta artística, deportiva o de exhibición.” (Falassi, 1987; Getz, 2005; Bonet, 2009).

La real academia de la lengua española lo define como “fiesta, especialmente musical” y aquel “conjunto de representaciones dedicadas a un artista o a un arte” (RAE, 2014).

Un festival es un evento, un fenómeno social, que se encuentra en prácticamente todas las culturas humanas (Falassi, 1987).

Los festivales han sido tradicionalmente un tiempo de celebración, descanso y recuperación que seguía, a menudo, a un duro período de trabajo físico, como la cosecha o la recolección. Su característica esencial era la reafirmación de la comunidad o de su cultura; el contenido cultural variaba de unos a otros, y muchos tenían un aspecto espiritual o religioso; pero la música, la danza o el teatro eran elementos importantes de esa celebración” (Devesa 2006).

Desde el punto de vista de las ciencias sociales un festival se refiere a una celebración periódica hecha de una multiplicidad de formas rituales y eventos que directa o indirectamente afectan a todos los miembros de una comunidad. Además, de manera explícita o implícita, muestra los valores de base, la ideología o la visión del mundo que es compartida por miembros de la comunidad y que es la base de su identidad social (Falassi, 1997).

Desde el punto de vista económico-político los festivales culturales tienen difusión, son diversos y fuertemente conectados con las comunidades locales a través de empleo, voluntariado y participación. La proliferación de los festivales culturales produce un enorme beneficio económico de forma directa e indirecta (Richards, 2009; Gibson, Waitt, Walmsley y Connell, 2010; Zoltán, 2010).

Desde el punto de vista artístico de los festivales, diversas organizaciones han contribuido de manera notable a la investigación y preservación del “folklore” como CIOFF, IOV, FIDAF, WAPA, o EAFF con diferentes iniciativas como los libros de folklore y organización de festivales de folklore y como apoyo a las políticas UNESCO de salvaguardia del patrimonio inmaterial, estos festivales serán la base física y material de recabar información para el trabajo de campo que se presenta en esta investigación.

En estas investigaciones, hasta ahora, se han centrado en la gestión, estrategia, efecto social y desarrollo artístico de los festivales, pero la mayoría de estos estudios no se llevan a cabo desde una perspectiva global, sino desde disciplinas individuales que no aglutinan una visión integral de la experiencia de salvaguardia del patrimonio inmaterial

desde adentro de los festivales, desde los actores principales en la apropiación que es el artista y el gestor de festivales de folklore.

Respecto al tercer eje central de estudio, el rol del artista y gestor en la práctica de apropiación y difusión del patrimonio cultural inmaterial, existen algunos estudios enfocados en los conocimientos y competencias del gestor de eventos como conceptos, marketing, dirección, estilos (Getz y Wicks, 1994), así como conocimientos y atributos de gestores de eventos (Perry, Foley y Rumpf, 1996; Harris y Griffin, 1997; Royal y Jago, 1998; Harris y Jago, 1999; Arcodia y Baker, 2002).

Sin embargo, no existen de momento investigaciones centradas en el artista y gestor como agentes en la apropiación y salvaguardia del patrimonio inmaterial en música – danza relativos a los festivales de folklore. El presente trabajo pretende presentar el estudio de la organización y producción de esta tipología de eventos desde una mirada práctica de estos actores, de esta forma, resulta un trabajo de investigación novedoso dentro de este campo de investigación que aporta no solo para los eventos culturales sino que además promueve un pilar de acción dentro del marco de la protección y salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial; por ello, este trabajo hace que haya necesidad de contemplar los festivales de folklore y a sus actores desde una perspectiva integradora que fortalezca los objetivos de salvaguardia del patrimonio inmaterial que vayan ligados a los objetivos de la UNESCO y que constituye la principal contribución a la comunidad científica de esta tesis.

## OBJETIVOS

El fenómeno festival de folklore es un encuentro en un espacio de tiempo limitado y repetible pero no copiable a través del tiempo, en él se encuentran artistas, gestores de festivales, comunidad local y público en general. Esta investigación parte de la suposición que en el actuar de apropiación y salvaguardia del patrimonio inmaterial intervienen artistas y gestores quienes con su trabajo logran que el festival de folklore sea un pilar para esta salvaguardia, sin ellos no sería posible este hecho y de ahí – de su estudio – saldrán conclusiones importantes para esta investigación.

El principal objetivo de esta investigación consiste en **Analizar desde la gestión cultural en los festivales de folklore la apropiación y puesta en valor del patrimonio inmaterial en música – danza.**

De esta forma se plantean una serie de objetivos específicos que ayudarán al desarrollo de la investigación para llevar a cabo el análisis detallado que se hará en torno a este tipo de festival:

- Describir las bases teóricas de los ejes centrales de estudio, el patrimonio cultural inmaterial, los festivales de folklore y el rol del artista y gestor
- Analizar el perfil actual del gestor de festivales de folklore y el artista participante
- Identificar cual ha sido la evolución que se ha tenido en la organización de festivales de folklore.

## **METODOLOGÍA**

La singularidad del tema y la compleja realidad social en el que se desarrolla exige del uso de una metodología mixta, que a su vez se halla directamente relacionada con los objetivos planteados en el punto anterior.

En primer lugar, pasa por una revisión en profundidad de la literatura académica vinculada al objeto y a los objetivos de estudio, que vincula junto con investigación de archivo y hemeroteca la base teórica necesarias para el desarrollo de esta tesis, de esta forma, la revisión de este material permitió identificar las variables necesarias para llevar a cabo el estudio empírico de este trabajo y cumplir el primer objetivo de este trabajo.

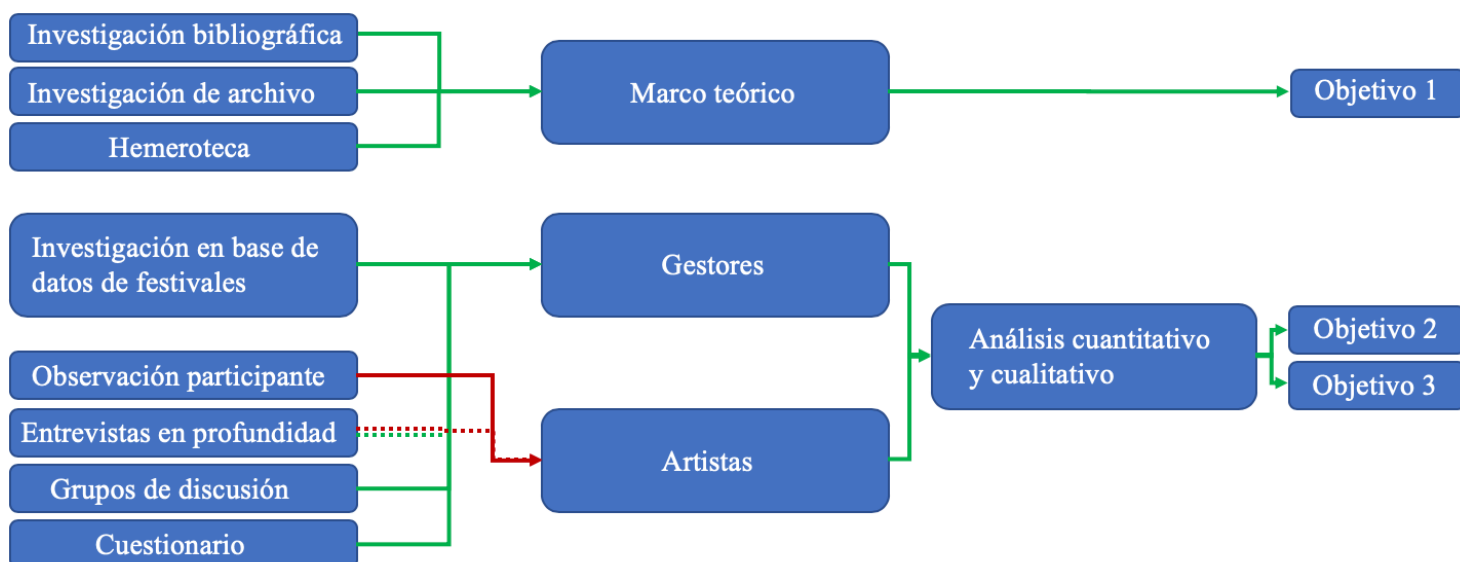
En segundo lugar, teniendo en cuenta las aportaciones del marco teórico, la consecución del segundo objetivo esta relacionado con el desarrollo de un trabajo de campo en el que se aplicaron técnicas cuantitativas con el desarrollo de un cuestionario para gestores de festivales con el fin de determinar su perfil y cualitativas con el diseño e implementación de entrevistas en profundidad y grupos de discusión, que dieron un pensamiento de profundización en su estudio.

Así mismo, y dentro del marco del estudio del perfil del artista participante, se realizó una investigación cualitativa que se centró fundamentalmente en la indagación lógica de las diferentes realidades, planteándose así un pensamiento dirigido hacia el descubrimiento, por tanto, el inicio de su investigación partió de una idea acerca de la temática y los posibles problemas de interés que le rodean con el fin de determinar los

hechos que sobre estos actores recaen en torno a la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial.

Con todo esto, finalmente, se realizó un análisis en el que se presentan los resultados obtenidos, tanto cuantitativos como cualitativos, con los que se logra el tercer objetivo, a la vez que se comprueba el cumplimiento de las hipótesis formuladas y se expone un análisis descriptivo, así como interpretativo de los mismos.

Fig. 1: Estructura metodológica



Fuente: Elaboración propia

## ESTRUCTURA DE LA TESIS

Esta tesis se estructura en siete capítulos segmentados en cinco partes diferenciadas en las que despliegan los objetivos establecidos y finaliza con las conclusiones.

- Primera parte: corresponde a la introducción de la tesis, que consiste en la presentación del objeto de la investigación, la justificación de la investigación, los objetivos que se pretenden conseguir, la metodología utilizada, los antecedentes y estado actual de la cuestión y finalmente esta, la estructura.

- Segunda parte: Concierne a la exposición del marco teórico. En este apartado se realiza la revisión bibliográfica acerca de las principales teorías existente sobre los tres ejes principales de esta investigación, esta búsqueda se hace a través de diferentes documentos, revistas de folklore y de hemeroteca. los tres primeros capítulos constituyen este marco teórico. En este apartado se presentan la conceptualización de los principales términos de la investigación en el que se parte del concepto global e histórico sobre el desarrollo del patrimonio cultural inmaterial, y se adentra al fenómeno a través de los eventos culturales en general, los festivales de folklore y por último al gestor y artista participante del festival de folklore. Se compone de los siguientes apartados:

- o El patrimonio cultural.
- o Los eventos y turismo cultural.
- o El gestor de festivales como difusor del patrimonio cultural inmaterial y el artista participante del festival de folklore como apropiador del patrimonio cultural inmaterial.

El primer capítulo muestra la evolución histórica del patrimonio cultural inmaterial, la necesidad que había de definir el concepto y de diferenciarlo del tradicional patrimonio mueble, este capítulo presenta la diversidad de argumentos y conceptos que aun siguen produciéndose en el ámbito académico y que siguen haciendo parte las políticas de identificación y salvaguardia.

El segundo capítulo intenta conectar el patrimonio cultural inmaterial con los festivales, en él se permite relacionar como el festival de folklore puede convertirse en el principal elemento tangible en el natural intercambio cultural que se genera dentro de él, en este capítulo es importante todo lo relacionado con la gestión de eventos y festivales, y como estos pueden convertirse no solo en generadores de espacios y dialogo cultural entre los pueblos sino también evidencian una forma sumergida hacia el turismo cultural. La vivencia del festival por parte de los actores principales desde la experiencia genera nuevas vías de estudio y reflexión en torno a la importancia de creación y divulgación del patrimonio cultural inmaterial.

El tercer capítulo se centra en el rol del gestor o director del festival de folklore en el que se muestra la importancia de su actuar como difusor del patrimonio cultural inmaterial. Este capítulo pone en relieve la importancia de características claves que se deben cumplir para que el perfil de este gestor logre ser dinámico tanto en la parte artística, como en gestión de eventos y logre con esto una vivencia única de dialogo artístico y cultural. Por último, en este capítulo final del marco teórico aborda también, una aproximación hacia el artista participante del festival de folklore en el que se detalla la importancia de su papel como apropiador del patrimonio cultural inmaterial. En este capítulo se evidencia la gestión no solo artística sino logística que este debe cumplir en orden de mostrar una historia y vivenciar esta experiencia dentro del ambiente del festival con otros artistas participantes en el festival de folklore.

- Tercera parte: Trabajo empírico. La tercera parte es la investigación, el desarrollo de la metodología y el trabajo de campo realizado. Estructurado en los capítulos cuatro y cinco, en los que se contrasta los supuestos teóricos de la segunda parte



con la realidad y se centra la atención en el colectivo de directores de festivales de folklore y artistas participantes de los mismos, el trabajo de campo es realizado dentro del desarrollo del festival, tomando así, vivencias “in situ” y reales en el momento que el fenómeno ocurre.

El cuarto capítulo está dedicado a la metodología empleada para el estudio empírico. En él se detalla una metodología mixta como base de la tesis y se muestra una reflexión sobre las técnicas usadas para llevar a cabo los objetivos del trabajo. Se presenta el proceso de elaboración de un cuestionario para los directores de festivales administrado hacia una base de datos de festivales filtrada previamente para la recogida de información. De igual forma se presentan las tres técnicas cualitativas llevadas a cabo, las entrevistas en profundidad, los grupos de discusión y la observación participante, los motivos para la selección de estas técnicas, el diseño de los guiones, el proceso de recogida de información y la codificación para su posterior análisis.

El quinto capítulo continúa con el trabajo empírico y presenta el análisis cuantitativo y cualitativo. En primer lugar, se muestra el análisis descriptivo e interpretativo-explicativo de los resultados obtenidos del cuestionario respecto a los perfiles del gestor de festivales de folklore relacionados con la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial. Asimismo, profundiza en el impacto que su experiencia personal, su entorno social y organizacional tiene en los criterios de gestión, mediante el análisis de aspectos personales del director como también aspectos de gestión del festival que dirigen. Por otro lado, este capítulo examina las opiniones de los directores de festivales de folklore y de eventos a través de entrevistas en profundidad y

tres grupos de discusión. Todo ello, se presenta de forma íntegra de acuerdo con la metodología mixta propuesta.

En segundo lugar, se muestra el análisis exploratorio y descriptivo de entrevistas y observación participante hacia los artistas participantes del festival en el que se evidencia una gestión desde el punto de vista del artista, y su influencia en la apropiación del patrimonio cultural inmaterial en el momento del festival, profundizando en su panorama experiencial, su entorno social y organizacional.

- Cuarta parte: Conclusiones. Esta parte está compuesta por el sexto y último capítulo en el que se presentan las conclusiones de la investigación. En ellas se contemplan las principales contribuciones de la tesis, las limitaciones y problemas del trabajo realizado, con sus correspondientes propuestas de mejora y una reflexión en torno a las futuras líneas de investigación que permitirán continuar profundizando en la realidad del objeto de estudio.

Finalmente, se presenta la bibliografía utilizada y donde se recoge el conjunto de fuentes secundarias empleadas para el desarrollo de la tesis. Asimismo, se adjunta un apartado de anexos que consta de una propuesta de desarrollo audiovisual basado en la investigación aquí presentada y titulada “*folklore backside*” que mostrará la realidad del festival de folklore desde sus protagonistas en formato de largometraje documental.

## MARCO TEÓRICO

## **Capítulo 1: Concepto y Conceptualización del objeto de estudio**

Abordaremos este capítulo con una breve aproximación a los conceptos de patrimonio cultural inmaterial, los eventos y el turismo cultural partiendo desde las bases histórica del patrimonio, el patrimonio cultural y el patrimonio cultural inmaterial, para finalmente adentrarnos en la relación estrecha entre turismo, los eventos y el turismo cultural.

### 1.1 Patrimonio y patrimonio cultural

Después del proceso que ha tenido la definición de patrimonio cultural inmaterial definido en la introducción de esta tesis, es importante determinar que los factores relacionados con el patrimonio han sido investigados desde diversas perspectivas y en diferentes espacios de tiempo, consiguiendo que su sentido sea variable a través del tiempo, con nuevos significados. En una de las obras de referencia fundamental para abordar el patrimonio, Choay (2007) la define como “Patrimonio. Esa palabra, bella y muy antigua, estaba, en su origen, ligada a las estructuras familiares, económicas y jurídicas de una sociedad estable, enraizada en el espacio y en el tiempo. Recalificada por diversos adjetivos (genético, natural, histórico...) que han hecho de ella un concepto «nómada», sigue hoy en día una trayectoria diversa y clamorosa”.

Para Ariño (2009), el patrimonio es un campo de significación que se organiza en torno a la valoración social de los objetos y practicas como expresiones testimoniales, con valor creativo o simplemente documental, de la herencia pasada digna de preservación.

El patrimonio es una entidad compuesta de expresiones diversas, complejas e interdependientes, que se revelan a través de las costumbres sociales, hoy en día esta diversidad de expresiones es lo que constituye la definición de patrimonio, más que la adhesión a una norma descriptiva (Bouchenaki, 2004).

La evolución del concepto de patrimonio y de sus contenidos en el transcurso de la segunda mitad del siglo XX viene a ser definido por la creación de la ONU en 1945 y de la UNESCO en 1946, quienes a través de sus convenciones y recomendaciones han dado una conceptualización progresiva en la medida que el reconocimiento de las identidades nacionales se disgrega y democratiza, pasando de esta forma de los referentes monumentalitas (elitistas) del “patrimonio histórico-artístico” al “patrimonio cultural” (Delgado, 2016), de esta forma se empieza a trabajar en el concepto de la importancia de la apropiación de este patrimonio.

La definición inequívoca de los contenidos y significados del patrimonio cultural es bastante compleja y es una tarea casi imposible de determinar, puesto que varía en el tiempo y en el espacio, en un principio, el concepto de patrimonio cultural se conocía como “tesoros nacionales” haciendo referencia a connotaciones políticas, vinculadas al desarrollo de los estados-naciones desde el siglo XIX (Agudo, 2016). Así mismo, para algunos autores, desde la incorporación de la antropología al estudio del patrimonio cultural como fenómeno portador de significados ha contribuido a repensarlo en otros términos (García Canclini, 1982; Bordieu, 1999; Carrera Díaz, 2005; García García, 2007; Agudo, 2012; Delgado, 2016). El consenso mayoritario desde casi todos los sectores que se ocupan del mismo es que hace referencia a una construcción social, cultural y política (García García, 1998; Gonzalez, 2016), en cuanto a esto, Gómez (2014)

propone una clasificación del patrimonio como propiedad y como apropiación y dedica buena parte de su estudio en teorizar sobre la patrimonialización de la identidad y de la herencia (reforzado en García Canclini, 2004; CRESPIAL, 2013) ya transmitida de generación en generación, de igual forma Campos (2008) indica tres dimensiones de análisis del patrimonio cultural desde una mirada económica, política y simbólico – identitaria al igual que Torres y Falceri (2017) muestra una mirada política a las nominaciones patrimoniales y valoriza la labor de los actores sociales que hacen parte del patrimonio, “En el presente, el concepto de patrimonio cultural, al menos en el mundo occidental, forma parte de una amplia conciencia colectiva, manifiesta en el frecuente uso del término patrimonio (como sustantivo o adverbio) con una diversa gama de significados: ya sea para referirnos a los viejos monumentos definitivamente admirados como bienes culturales consolidados o, crecientemente, para reclamar que una valoración patrimonial similar se aplique a los más diversos elementos o aspectos (prácticas culturales, conocimientos) de nuestro entorno. E incluso, lo más significativo, para cuestionar el uso privativo o la falta de interés de la administración por otros referentes culturales que hoy estimamos forman parte de nuestros modos de ser (tradiciones), o son manifestaciones culturales que “debieran” ser protegidos o al menos reseñados por su significación identitaria o por ser testimonios de la capacidad creativa de diferentes colectivos”. (Agudo, 2012:4).

Como indica (González, 2016) el Patrimonio Cultural tiene también mucho que ver con la memoria: como ella, reconstruye tiempos y situaciones pasadas, y lo hace pareciéndose a la realidad sólo en parte. La memoria participa sin duda de una intensa y exhaustiva selección, y del mismo modo lo hace el Patrimonio Cultural. En este sentido la identidad juega un papel importante en el patrimonio y presenta un carácter evolutivo

que tiende a forjarse a medida que evoluciona en el tiempo, pasando de ser considerado como algo exclusivo a una elite a ser algo más encaminado a un colectivo y no jerarquizado (Moreno, 1999; Ariño, 2002; ; Herzfeld, 2004, 2010; Bordieu, 2006; Chaves et al., 2010; Palumbo, 2010; Villaseñor y Zolla, 2010; Straffi, 2014; Santamarina, 2017).

Como resultado de este proceso cambiante, las antiguas referencias siguen siendo patrimonio (Patrimonio cultural material) a la vez que se les ha añadido nuevos valores – como veremos en la sección 1.2 de este capítulo- al acoger múltiples manifestaciones de modos de vida en uso sumando nuevos contenidos patrimoniales.

## 1.2 Del patrimonio cultural material al inmaterial

La referencia bibliográfica sobre la dicotomía del patrimonio entre lo material y lo inmaterial esta bastante ampliada, inclusive antes de la misma publicación de la convención del patrimonio cultural inmaterial en el 2003 y que abordan el patrimonio cultural, tales como la separación entre lo culto y lo popular, tradición y modernidad, etc. Santamarina (2017) afirma de manera sintética, “hemos pasado del énfasis en el objeto al acento en el proceso, de la distinción a la diferencia como marca, de la individualidad a la colectividad como sujeto, del genio creativo a la comunidad imaginada, de la conservación y restauración a la salvaguardia y del eurocentrismo al globo centrismo”. Sin embargo, es necesario enfatizar en el hecho de que una definición patrimonial bien sea material o inmaterial están profundamente relacionadas, algunos autores (Munjeri, 2004; Pearle, 2018) señalan la convergencia entre las dos definiciones argumentando la explosión de los valores culturales inmateriales inherentes a los sitios del patrimonio material o en la necesidad del uso de equipamiento, vestuario, objetos, etc., para la escenificación del patrimonio inmaterial (Del Barrio, Devesa y Herrero, 2012).

El criterio de patrimonio cultural ha ido evolucionando (Vecco, 2010), presentando un emplazamiento de lo inmaterial frente a lo material (Comaroff y Comaroff, 2011; Harvey, 2012) y la incorporación de la dimensión intangible ha permitido facilitar la evocación de los procesos históricos en los que se han gestado los bienes y comprender la significación social de los mismos. La revelación de esta dimensión contribuye así a complejizar la comprensión de los bienes culturales, promover los vínculos entre ellos y dentro de ellos, y comprender la vigencia y transformaciones de este “todo” vivo que es el Patrimonio Cultural (CRESPIAL, 2008; González, 2016).

Un aspecto clave del patrimonio inmaterial es que este encuentra su razón de ser en los agentes que lo desarrollan y lo mantienen (González, 2016); en este sentido involucramos las acciones de protagonistas o actores sociales (Agudelo, 2001; Lacarrieu, 2008; UNESCO, 2011b) quienes se presentan como personajes activos, pasivos y observadores, los cuales están en constante interacción con las expresiones inmateriales y su jerarquización (Timón, 2009; Chaves et al., 2010; CRESPIAL, 2010; Torres y Falceri, 2017); de igual forma, Del Barrio et al., (2012) establece la gran importancia de los festivales folclóricos en el reconocimiento de la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial ligado a la acción material de los protagonistas y actores sociales del evento.

Al reconocer la participación de estos actores sociales y su importancia para el patrimonio cultural inmaterial es labor obligatoria y exclusiva de los estados-naciones la caracterización, descubrimiento, preservación y salvaguardia de ese nuevo patrimonio (UNESCO, 2011a). Así mismo, desde la década de los 90's la UNESCO ha subrayado la importancia de los “portadores de cultura” como los agentes responsables de la definición de los valores y las estrategias de salvaguarda de sus expresiones (Villaseñor y Zolla,



2010), es así como ante esta situación se crean alianzas de cooperación y estudio teórico y práctico como el CRESPIAL en América latina y otras organizaciones no gubernamentales internacionales como CIOFF, IOV y FIDAF que apoyan y dan soporte a la UNESCO, tanto a nivel de publicaciones como en la gestión de encuentros artísticos y académicos, de igual forma el consejo de Europa con interesantes y amplios resultados de gestión en la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

Como resultado de este hecho surgen nuevas bifurcaciones en cuanto a la necesidad de crear espacios de investigación e innovación del patrimonio cultural (Cominelli y Greffe, 2012) en el que empieza a tomar protagonismo el turismo en su reciente rama cultural (West y Carrier, 2004; Del Barrio et al., 2012) y el estudio de los eventos culturales como campo de significación creado hacia la difusión, preservación del patrimonio cultural, usando la cultura como herramienta principal. Es en este campo donde toma mayor importancia el fenómeno de festival de folklore que es el espacio donde se desarrolla esta tesis.

### 1.3 Eventos y turismo-cultural

Si bien son dos campos distintos y que existen numerosas aportaciones en el ámbito académico (Sessa, 1992; Getz, 2005), la estrecha relación entre los eventos y turismo es un fenómeno dado por la globalización y es un campo académico de estudio reciente; Formica (1998) en los años setenta fue uno de los primeros en determinar los temas relacionados al turismo de eventos dando lugar a uno de los primeros estudios en este campo. El artículo de Brent Ritchie y Beliveau (1974) en Casero (2018) sobre el carnaval de invierno de Quebec y el problema de estacionalidad del turismo es conocido como el primer artículo sobre turismo de eventos. Posteriormente a finales de la década

de los 80, Getz (1989) y Goldbatt (1990) empiezan sus publicaciones en el campo de la planificación de los eventos, permitiendo reforzar el turismo de eventos y la teoría presentada por Formica casi dos décadas antes, a partir de este momento numerosas investigaciones se han realizado para la definición de los eventos (Bowdin, MacDonnell, Allen y O'Toole, 2001; Goldblatt, 2004; 2010; Bowdin, McPherson y Flinn, 2006; Bowdin, Allen, O'Toole, Harris y McDonnell, 2007; Shone y Parry, 2010; Getz, 2011; Ferdinand y Shaw, 2012; Berridge, 2014).

Desde la antigüedad hasta hoy, los eventos han formado parte de la sociedad, definiendo diferentes creencias, preferencias y modas a través de una variedad de culturas (Gómez, 2018). A grandes rasgos, un evento es generalmente un esfuerzo social complejo, caracterizado por una planificación sofisticada, con una fecha fija y que, a menudo, involucra a numerosos agentes (Van Der Wagen y White, 2015).

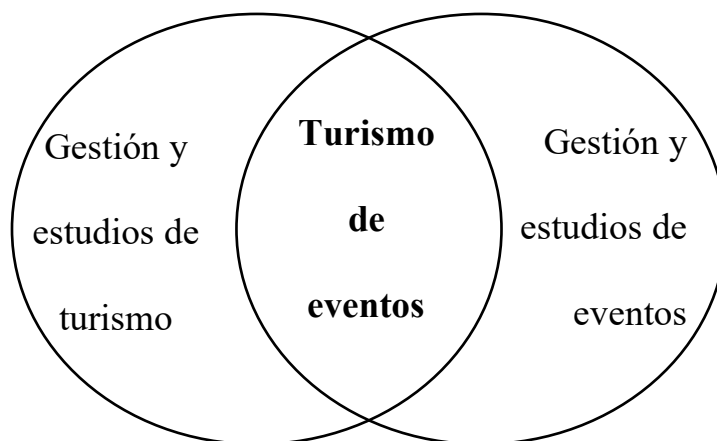
Desde una perspectiva turística autores como Jago y Shaw (1999) y Roche (2000) afirman que los eventos son ahora métodos establecidos para promover destinos, complementando su papel tradicional como formas de exposición y rendimiento, con ciertos atributos centrales como que los eventos deben atraer turistas o contribuir al desarrollo turístico, ser de duración limitada, ocurrir de forma puntual o no muy frecuente, favorecer el conocimiento y la imagen de una región, ofrecer una experiencia social y estar fuera de lo común.

Y es a partir del siglo XXI donde se intensifica la producción de eventos, con la inclusión del turismo, ante esto, Getz (2008) considera que los eventos son un importante motivador del turismo y aparece como una figura fundamental para el desarrollo y la

planificación de los destinos turísticos dando una revisión histórica al termino, además, estableció un marco para la creación de conocimiento, desarrollando una teoría en el turismo de eventos.

En los últimos años ha adquirido una gran importancia la participación en diferentes tipos de eventos (Getz y Page, 2016), destacando aquellos relacionados directamente con la cultura, en especial los conciertos, las obras teatrales o, incluso, los espectáculos de calle. En cuanto a esta participación, el turismo de eventos se ha expandido de manera exponencial desde el año 2008 como un área de crecimiento, convirtiéndose así, en un aspecto cada vez más importante del producto turístico de un destino, actuando como una herramienta adicional a través de la cual los lugares pueden mejorar los objetivos específicos del turismo.

Fig. 2: Turismo de eventos como composición entre eventos y turismo.



Fuente: Elaboración propia a partir de (Getz, 2008).

Uno de los factores fundamentales de un evento son los individuos que participan en él, ya sea de forma activa o pasiva. En este sentido se pueden encontrar cuatro categorías: la opinión pública, las personas que asisten en calidad de “espectadores”, los propios protagonistas del evento y los organizadores del mismo (estos dos últimos son el

objeto de estudio de esta tesis). Entre ellos, se producen relaciones e interacciones que son factores clave para el buen desarrollo del acontecimiento (Carreño, 2014).

Diferentes autores han analizado y estudiado el efecto de los eventos hacia el turismo, la política y la economía con estudios económicos, de audiencias y análisis de gestión (Getz, 1989, 2008; Richards, 1996b, 2003; Andersson y Getz, 2008; Del Valle y Calvo, 2013).

Tabla 1: Tipología en relación entre eventos y turismo.

Tipo de evento	Categoría	Lugar
Negocios	Convenciones, marketing corporativo, política, ferias y exposiciones, fiestas privadas, mercadillos	Centro de congresos/Exposiciones, Hoteles y centros vacacionales, Mercados
Deportivos	Ligas deportivas, recreacionales, campeonatos únicos, tours	Estadios, Instalaciones deportivas y exteriores de uso excepcional
Festivales y celebraciones culturales	Festivales, carnavales, desfiles, ritos religiosos, exhibiciones artísticas	Lugar de celebración del festival, centros de arte, museos, galerías, santuarios
Mega eventos	Conciertos, shows, ceremonias de premios, actuaciones exteriores	Lugares al aire libre, parques, calles, salas de conciertos

Fuente: Elaboración propia a partir de Getz (2008).

Pero ¿Cuáles son los fundamentos que relacionan los eventos y el turismo de eventos con el patrimonio cultural inmaterial? Es aquí donde aparece el termino del

“turismo cultural” donde un evento predominantemente cultural como un festival o una celebración religiosa atrae la atención y la movilidad de turistas.

En el plano local, Cuenca (2001) afirma que España tiene que esforzarse en redimensionar su industria turística hacia una nueva forma, que sería el turismo cultural, en referencia a este hecho los estados-naciones deben ir desarrollando mecanismos para provocar la curiosidad sobre el valor cultural disperso en comunidades, pueblos y ciudades en forma de turismo, relacionando de esta forma la cultura con el turismo, enfatizando en el término de turismo cultural.

De igual forma, los festivales son considerados como parte de las motivaciones de la gente para el turismo (Felsenstein y Fleischer, 2003; Richards, 2008; Andersson y Getz, 2009), el proceso de definición de este término aun no es exacto, sin embargo, el turismo cultural es definido por la organización mundial del turismo (UNWTO- World Tourism Organization) como un movimiento de personas, esencialmente por motivaciones culturales como por viajes de estudio, de artes escénicas y de visitas culturales, por viajes a festivales y otros eventos, por visitas a sitios y monumentos, por viajes para estudiar la naturaleza, el folklore o el arte, y por las peregrinaciones (World Tourism Organization, 1985).

En 1991 se crea el proyecto ATLAS (Richards y Palmer, 2007), proyecto creado para la medición cualitativa de experiencia de eventos, quienes definen el turismo cultural como el movimiento de personas hacia atracciones de índole cultural diferentes al lugar de su residencia con la intención de obtener nueva información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales.

Diversos autores han analizado los efectos del turismo en el desarrollo y sostenibilidad de los eventos y festivales, evidenciándose grandes impactos tanto económicos (Silberberg, 1995; Felsenstein y Fleischer, 2003; Gibson et al., 2010; Gibson y Connell, 2012; González et al., 2012; Kang et al., 2014), como políticos (Andersson y Getz, 2007; Quinn, 2009, 2010; Zoltan, 2010; Cadaval y Diaz-Carrera, 2014), en este campo, Richards (2001) afirma que la investigación científica ha indicado que el turismo cultural es a menudo un concepto más presente en la mente de los políticos y académicos, que en la mente de quienes visitan atracciones culturales o asisten a eventos culturales; y finalmente estudios de turismo cultural con impactos sociales (Chhabra, Healy y Sills, 2003; Richards, 2008; Fonseca y Ramos, 2014; Moufakkir y Pernecky, 2015). La necesidad de agregar animación y actividades a un destino puede ser visto como una de las principales razones para el turismo cultural, pero en muchos casos también es deseable reproducir aspectos de la cultura popular y tradicional como fuente de identidad tanto para la comunidad local como para la generación de nuevas experiencias para turistas y visitantes (Richards, 2008). Así mismo otros autores reflejan la pérdida del valor cultural del festival por culpa del turismo o el turismo masivo como pérdida de identidad original por la cual fuese creado el festival y como estos eventos culturales han sido alterados por el turismo en su búsqueda de autenticidad (Hashimoto, 2003; Rodzi et al., 2013; Richards, 2018).

Inicialmente el turismo cultural se relaciona con patrimonio cultural tangible, como visitas a monumentos o sitios arquitectónicos por ejemplo (Richards, 2002; Chhabra et al., 2003), sin embargo, después de la convención de 2003, entra en juego la relación del turismo cultural con el del patrimonio inmaterial, así pues, Smith (2009)

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

muestra una tipología extendida de turismo cultural que incluye el patrimonio inmaterial  
(Tabla 2).

Tabla 2: Tipología de actividades de turismo cultural.

Turismo patrimonial	<p>Visitas palacios, sitios arquitectónicos, castillos</p> <p>Lugares arqueológicos</p> <p>Monumentos</p> <p>Museos</p> <p>Sitios religiosos</p>
Turismo de las artes	<p>Visitas a teatro</p> <p>Conciertos</p> <p>Galerías de arte</p> <p>Festivales, carnavales, eventos</p> <p>Lugares literarios</p>
Turismo creativo	<p>Fotografía</p> <p>Pintura</p> <p>Cerámica</p> <p>Danza</p> <p>Cocina</p> <p>Artesanía</p> <p>Industrias creativas (cine, televisión, moda, diseño)</p>
Turismo cultural urbano	<p>Ciudades históricas</p> <p>Ciudades industriales con procesos de reorganización y regeneración</p> <p>Desarrollos de zonas costeras</p> <p>Atracciones patrimoniales y artísticas</p> <p>Compras</p> <p>Vida nocturna</p>
Turismo cultural rural	<p>Turismo de pueblos</p> <p>Turismo agrícola o de campo</p> <p>Ecomuseos</p> <p>Paisajes culturales</p> <p>Parques naturales</p> <p>Rutas de vino</p>
Turismo cultural indígena	<p>Desierto, jungla, selva tropical, senderismo de montaña</p> <p>Aldeas tribales</p> <p>Visitas a centros culturales indígenas</p> <p>Arte y artesanía</p> <p>Actuaciones culturales</p> <p>Festivales</p>
Turismo cultural experimental	<p>Parques temáticos</p> <p>Restaurantes temáticos</p> <p>Centros comerciales</p> <p>Eventos deportivos</p> <p>Localizaciones de cine y televisión</p> <p>Productos promocionados por celebridades (<i>influencers</i>)</p>

Fuente: (Smith, 2009)



## **Capítulo 2: El festival de folklore**

En el capítulo anterior se revisaron los conceptos macro de donde proviene los festivales, presentando una evolución del concepto práctico de patrimonio cultural inmaterial, los eventos y el turismo cultural. En este capítulo nos adentraremos en el concepto del festival de folklore, partiendo de la definición y delimitación del concepto de festival, su gestión, evolución y los componentes claves que deben abordarse para constituir la tipología de festival de folklore.

### 2.1. Conceptualización

Como se describió en el apartado de “antecedentes y estado actual” de esta tesis, el concepto de festival ha ido variando a través del tiempo y aun existe dificultades en definirlo, por ello encontramos diferentes definiciones desde la antropología (Falassi, 1987, Earls, 1993), las ciencias sociales (Devesa, 2006; Getz et al., 2010; ), la economía (Gibson et al., 2010; Del Barrio et al., 2012; Gibson y Connell, 2012), la gestión (Bonet, 2009; Zoltán, 2010) y el turismo (Prentice y Andersen, 2003; Richards, 2008, 2018; Kim et al., 2010; Cudny, 2013).

Respecto al término festival, dicho término se viene utilizando desde hace cientos de años y se emplea para cubrir una multitud de eventos (Bowdín et al., 2006).

Los festivales no sólo son el dominio de la investigación sociológica o antropológica, sino que también se someten a un análisis exhaustivo en los estudios de eventos (Getz 2010b) y se constituyen como un fenómeno de rápido crecimiento, de esta forma, los eventos de festivales son tomados como acontecimientos diferentes relacionados íntimamente con la cultura que gira en torno a la marcación de ocasiones

especiales y la celebración de eventos significativos. (Arcodia y Rob, 2000; Getz, 2008) y tienen un papel importante en el desarrollo del turismo (Cudny, 2013). En este sentido, partiendo de la relación inherente existente entre el festival y el turismo cultural y, además, en relación con el patrimonio cultural, Appadurai (1996) argumenta que la experiencia de los festivales locales y étnicos se ha convertido en una parte importante del turismo cultural y, por tanto, del sistema internacional de intercambio económico y comunicación operado por el turismo, o lo que equivale a que el festival puede ser considerado como los recursos culturales de un área que hacen posible la acogida exitosa de visitantes (Uysal et al., 1993).

Los festivales generados dentro de la sociedad y de la cultura, relativos a sus roles, significados e impactos, son el discurso mejor desarrollado, arraigado firmemente en la sociología y en la antropología (Getz y Page, 2016).

Así pues, de forma genérica se puede definir a un festival de folklore como un evento cultural único, perecedero e intangible que favorece las interrelaciones personales, presenta una intensidad laboral, favorece el dialogo cultural, posee una duración temporal limitada con periodos formales o programas de actividades placenteras, de entretenimiento o acontecimientos que tienen un carácter festivo, desarrolla un aspecto ceremonioso o de ritual, que requiere de una atmósfera propicia y celebran públicamente algún tema, acontecimiento o hecho (Janiskee, 1991; Shone y Parry, 2010; Carreño, 2014). De igual forma, una definición más pasional puede ser referida a la ofrecida por la Asociación Europea de Festivales (2002) donde afirma que, en la vida cultural de las sociedades diversas, los festivales son aquellas ocasiones especiales en las que se produce una concentración sobresaliente de atención, talento y disfrute, en las que las personas y

los colectivos se sienten unidos por el mismo propósito festivo y en las que el ajetreo de la vida cotidiana da paso a la apreciación del arte. En este sentido, los festivales son eventos tanto artísticos como sociales, momentos que reclaman la esfera pública para la creatividad y reafirman la dimensión cultural de nuestra vida en común.

Según Falassi (1987) tanto la función social como el significado simbólico del festival están estrechamente relacionados con una serie de valores manifestados que la comunidad reconoce como esenciales en su ideología y en su entendimiento de la vida, en su identidad social, en su continuidad histórica y en su supervivencia física, que es, en última instancia, lo que los festivales celebran.

Este tipo de eventos culturales celebran los valores comunitarios, las ideologías, la identidad y la continuidad (Getz et al., 2010), promueven la cultura, la tolerancia y el multiculturalismo, y hacen posible su experimentación, brindan a los turistas entretenimiento y les ofrecen la oportunidad de pasar su tiempo libre de una manera interesante, también influyen en la infraestructura turística y ofrecen una oportunidad para intercambiar información e ideas, así como para aprender (Cudny, 2013). Se trata de un fenómeno social que se encuentra prácticamente en todas las culturas humanas (Falassi, 1987) y es una construcción sociocultural que puede significar algo diferente de una nación a otra (Getz et al., 2010). Smith (1990) proporciona una definición más detallada, identificando festival como una celebración de un tema o evento especial por un período de tiempo limitado, que se celebra anualmente o con menos frecuencia (incluyendo eventos de una única vez) a los que se invita al público.

Los festivales son un bien cultural en sí mismo, una manifestación cultural por derecho propio, y un proceso cultural en el que la cultura se consume, se reproduce y se crea (Herrero, Sanz, Bedate y Del Barrio, 2012).

En este momento es importante destacar el trabajo de Fonseca y Ramos (2014) quienes dan una visión de la evolución del concepto de festival (Tabla 3).

Tabla 3: Evolución de concepto de festival de acuerdo con autores.

Autor	Concepto
Falassi (1987)	La función social de un festival está estrechamente relacionada con los valores que una comunidad considera esenciales para su ideología, como la identidad social, la continuidad histórica y la supervivencia física.
Getz (1991)	Se trata de una celebración pública temática que involucra turismo, ocio y oportunidades culturales como espectáculos, danza, cine, música, comida, artes visuales, artesanías, celebraciones culturales, eventos deportivos, rituales y productos agrícolas.
Earls (1993)	Fueron vistos como reuniones comunitarias que materializan los deseos y sueños colectivos de las personas y proporcionan una ocasión importante para una experiencia única en sus vidas sociales
Uysal et al., (1993)	Los festivales pueden considerarse como los recursos culturales de un área que hace posible el alojamiento exitoso de visitantes.
South Australian Tourism Commission (1997)	Los festivales son celebraciones de algo que la comunidad local desea compartir y que involucra al público como participantes en la experiencia. Deben tener como objetivo principal un máximo de participación de la gente, debe ser una experiencia diferente o más amplia que la vida cotidiana. Asimismo, no es necesario extender la experiencia práctica por más de un día, aunque a menudo es económicamente deseable.
Goldblatt (1997)	Una característica clave de un festival es el sentido de comunidad y celebración engendrada por una ocasión, que es una reunión social pública y de libre acceso que involucra una variedad de medios tales como artes y oficios, espectáculos y demostraciones.
Waterman (1998)	Es una designación positiva que generalmente genera una conciencia y unas reacciones críticas relativamente optimistas
Arcodia y Robb (2000)	Un festival gira en torno a la marca de ocasiones especiales y la celebración de eventos significativos.
Allen et al., (2005)	Una expresión importante de la actividad humana que contribuye a la vida social y cultural
Arcodia y Whitford (2006)	Es de vital importancia ampliar el discurso actual relacionado con los festivales más allá de los marcos económicos dominantes, que están predominantemente relacionados con el desarrollo del capital económico, e incorporar el debate en

	relación con la utilización de festivales como vehículo para el desarrollo del capital social
Li y Petrick (2006)	Definieron el "turismo de eventos y festivales" como actividades, planificación y prácticas de gestión asociadas con ocasiones públicas y temáticas.
Crespi-Vallbona y Richards (2007)	Espacios de discursos que permiten a la gente expresar sus puntos de vista sobre cuestiones culturales, sociales y políticas.
Bonet y Villarroya (2009)	Una concentración temporal de una planificación especial con la meta de exhibir espectáculos que no están al alcance.
Ma y Lew (2012)	Son un tipo de evento temático especial que implica un sentido de celebración y una experiencia de disfrute entre sus participantes.
Fonseca y Ramos (2014)	Los festivales están surgiendo como un sector vibrante y en crecimiento de las industrias del turismo y el ocio, con una importancia económica significativa
Blešić et al. (2014)	Una expresión relevante de la actividad humana que realiza una gran contribución a la vida social y cultural de la comunidad de acogida y establece relaciones con los turistas o visitantes de los festivales.

Fuente: Elaboración propia a partir de Fonseca y Ramos (2014) y Gómez (2018)

Ante la situación de definir el festival en un solo concepto único y universal, Bonet (2009) afirma en todo caso que cada definición podría estar relacionada y determinada en parte por “una conjunción de elementos, como los objetivos, las características históricas o los contenidos que se ajustan a cada realidad particular”, la cual esta relacionada con la afirmación de Wagner (2007) en la que define los festivales como “una serie de eventos festivos o especiales, con al menos tres programas, preparado para una audiencia, organizado periódicamente, con una fecha clara de inicio y finalización y sus objetivos principales son la mediación de los valores y la experiencia comunitaria”.

Los elementos más significativos que cita Bonet (2009) son cuatro:

- El territorio donde está ubicado (centralidad o periferia geográfica o cultural, nivel socioeconómico, densidad demográfica y de oferta cultural, las comunidades que lo componen, nivel educativo y capital cultural, tradiciones, vitalidad etc.).

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore: una mirada desde la gestión artística en música – danza.

- La institucionalidad (titularidad, gobernanza y valores organizativos, modelo de gestión, actores influyentes, participación en redes etc.).
- El presupuesto disponible (volumen, evolución, financiación y estructura de ingresos, estructura de gastos, política de precios etc.).
- El proyecto artístico (comercial–rompedor, especializado– interdisciplinar– ecléctico, clásico–contemporáneo, estrenos–éxitos consagrados etc.).

Fig. 3: Combinación de factores para una tipología de eventos.



Fuente: Bonet (2009).

Según la investigación realizada por Bonet (2011) se establecen una serie de características que debe reunir un evento para que se pueda hablar de festival, las cuales, a su vez, sustentan los diferentes criterios para establecer una tipología de eventos. Estas características son:

- Representación de un mínimo de seis conciertos en vivo distintos.
- Duración mínima: dos días o más de doce horas de música.

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

- Antigüedad mínima: tres ediciones.
- No forme parte de la programación estable del lugar donde se desarrolla.
- No formen parte del programa de fiestas patronales de los respectivos municipios.
- No se incluirán aquellos actos caracterizados por ser principalmente una gala, unos premios, cursos de formación o workshops.
- Ofrecer una programación artística singular de forma intensiva.
- Ser un acontecimiento público (no cerrado un colectivo determinado).
- Tener carácter periódico (anual o cada ciertos años) y una duración temporal limitada.
- Ser reconocido por un nombre de marca específico.

Así pues, de todas las definiciones estudiadas, Carreño (2014) ofrece un resumen de la noción de festival en torno a dimensiones y aspectos del concepto de acuerdo con autores (Tabla 4) definiendo que un festival se caracteriza fundamentalmente por poseer, por un lado, una programación múltiple, excepcional, abierta al público, ofrecida de manera intensiva y englobada bajo una denominación específica y una lógica artística; por otro, una temporalidad limitada y una periodicidad estable.

Tabla 4: Dimensiones y aspectos singulares de los festivales según autores.

	<b>Aspectos</b>	<b>Autores</b>
<b>Dimensión</b>	<b>Temporal</b>	
	<b>Periodicidad cíclica o regular</b>	Rolfe (1992), Falassi (1997), Asociación de festivales flamencos de España, Festivals Australia*, Vauclare (2009), Frey (2000), Golblatt (2010), Bonet (2011), Lyck (2012)
	<b>Duración limitada</b>	Rolfe (1992), Frey (2000), Festivales Nueva Zelanda*, Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007), Ministerio de Cultura Gob. Italiano **, Vauclare (2009), Golblatt (2010), Bonet (2011), Asociación de festivales flamencos de España
	<b>Extensión e intensidad</b>	Rolfe (1992), Frey (2000), Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007) Golblatt (2010), Bonet (2011), Lyck (2012), Asociación de festivales flamencos de España
	<b>Artístico</b>	
	<b>Fomento de las artes</b>	Real academia de la lengua, Arts Council England*, Vauclare (2009)
	<b>Filosofía o línea artística propia</b>	Festivales Nueva Zelanda*, Ministerio de Cultura Gob. Italiano **, Getz (2011; 2010b)
	<b>Conjunto de representaciones</b>	Real academia de la lengua, Falassi (1997), Arts Presentation Canada Program*, Wagner (2007), Ministerio de Cultura Gob. Italiano**, Lyck (2012)
	<b>Singularidad de la/s propuesta/s</b>	Arts Presentation Canada Program*, Vauclare (2009)
	<b>Social</b>	
<b>Carácter festivo / Celebración</b>	Falassi (1997), Wagner (2007), Getz (2011; 2010b), McClinchey (2008), Nègrier (2011)	
<b>Exhibición abierta / Dirigida a un público específico</b>	Festivals Australia*, Wagner (2007), Getz (2011; 2010b)	
<b>Participación / Apoyo de la comunidad territorial</b>	Festivals Australia*, Getz (2011; 2010b), Lyck (2012)	
<b>Zona o territorio delimitado</b>	Falassi (1997), Festivales Nueva Zelanda*, Ministerio de Cultura Gob. Italiano **, Vauclare (2009), Lyck (2012)	
<b>Polo de atracción turística</b>	Gallina (2007), Getz (2011), McKercher, Mei y Tse (2006), López- Bonilla, J.M., López-Bonilla, L.M. and Sanz-Altamira, B. (2010)	
<b>Organizacional</b>		
<b>Marca / Nombre comercial</b>	Larson y Wikstrom (2001), Festivales Nueva Zelanda*, Bonet (2011)	
<b>Proyecto organizado y coherente</b>	Larson y Wikstrom (2001), Ministerio Cultura Gob. Italiano**	

\* Citados por Inkei (2005)

\*\* Citados por Gallina (2007)

Fuente: (Carreño, 2014)



Otro aspecto importante a tener en cuenta para entender lo que es realmente un festival consiste en conocer su valor y explicitar su misión y objetivos principales.

Los festivales han supuesto un importante cambio de paradigma dentro de los eventos culturales y se han visto implicados desde muy diferentes aspectos tanto sociales como políticos, económicos y, por supuesto, culturales, los cuales, han ido moldeando lo que son y significan los festivales y el recorrido que han andado desde su origen hasta la actualidad (Gómez, 2015). Actualmente no todos los festivales persiguen los mismos objetivos o misión, para ello hay que tener en cuenta que el entorno político-institucional, económico y tecnológico, así como la vitalidad del sector artístico local, la tradición existente junto a las necesidades y hábitos culturales de la propia población, influyen en el desarrollo y la propia misión de un festival (Bonet, 2009). El festival de folklore en particular tiene como misión el de generar el doble espacio de proteger el patrimonio inmaterial permitiendo la convivencia entre culturas y el dialogo cultural entre los pueblos y no va relacionado directamente con lo económico y/o partido político de turno que, aunque para organizarlo sea necesario de su presencia<sup>5</sup>.

Aunque casi todos los festivales mezclen sus intereses, o se priorice públicamente la dimensión artística de los mismos es posible diferenciar los festivales en función de una mayor o menor orientación hacia lo artístico, lo social, lo financiero, los elementos de prestigio, o la consecución y la satisfacción de la audiencia (Calvo, 2016).

Los objetivos más comúnmente citados en función de la orientación o lógica de intervención de cada festival (Bonet, 2009:18-19):

---

<sup>5</sup> Declaración realizada por el presidente de IOV world Ali Khalifa en Sharjah scientific conference, UAE-2019. Programa en la web [www.iov.world](http://www.iov.world)

Finalidades de lógica artística:

- Dar a conocer obras, géneros y repertorio de mayor riesgo, alta calidad o envergadura, que difícilmente se ofrecen en la programación regular.
- Fomentar la creación y la producción local contemporánea, consolidada o emergente.
- Permitir una reflexión más transversal y profunda del hecho artístico, donde el mismo se pueda vivir, mirar y analizar desde ópticas complementarias a través de la exhibición, la formación, los encuentros, las publicaciones, las exposiciones u otras actividades.
- Rendir homenaje, evocar, actualizar y/o rescatar los referentes y el patrimonio artístico local, regional y universal.
- Apoyar la generación de propuestas emergentes y de nuevos formatos y contenidos.
- Ayudar a los artistas a osar, a emprender proyectos arriesgados.
- Fomentar la proyección social y simbólica de una determinada expresión artística.
- Ofrecer una panorámica representativa de la creación y la oferta contemporánea.
- Promover el conocimiento y el intercambio entre diferentes disciplinas artísticas.
- Favorecer la reflexión sobre el papel del arte y las tecnologías en el mundo contemporáneo.
- Potenciar la formación y ampliación de los públicos.
- Ampliar el campo de referentes artísticos de la población local y visitante.

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

- Ampliar los horizontes estéticos y acercar las expresiones artísticas a un público no habitual, en un formato más accesible psicológicamente que el de los formatos y los espacios convencionales.
- Ofertar un espacio y un tiempo excepcional para ver, escuchar, pensar, imaginar, asombrar, disfrutar, compartir, festejar y emocionar.

Finalidades de lógica social y territorial:

- Fortalecer la identidad local o regional con una actividad extraordinaria que fortalezca y enlace la propia tradición con las expresiones contemporáneas, propias o externas.
- Fomentar la atracción de turistas y excursionistas (con el objetivo de complementar la oferta turística existente o ampliar la temporada turística, y la actividad económica que acarrea).
- Democratizar el acceso a la cultura con el desarrollo de nuevos públicos.
- Favorecer la inclusión y la cohesión social, facilitando al mismo tiempo un acceso más igualitario al arte y la cultura.
- Desarrollar e intensificar el diálogo intercultural.
- Potenciar la regeneración social y económica de un territorio degradado o marginal dotándole de notoriedad y valor.
- Desarrollar culturalmente un territorio, potenciado su tejido asociativo, la participación social y sus expresiones artísticas.

Finalidades de lógica industrial:

- Ser una plataforma de encuentro y/o de negocios entre programadores, obras e intérpretes locales e internacionales que propicie y consolide el acceso al mercado.
- Fomentar el desarrollo industrial de un género, formato o estilo artístico particular.
- Fortalecer y difundir la producción, los iconos y la industria cultural local.
- Estimular la interacción y el contraste de miradas y experiencias entre profesionales y expertos locales e internacionales.

De igual forma, el valor de un festival se puede abordar desde distintos puntos de vista (Devesa, Herrero y Sanz, 2009). Así, para los propios artistas directamente involucrados, constituye la producción de un bien cultural en sí mismo, mientras que para los asistentes puede proporcionar una gama de valores de uso (valor estético, disfrute, entretenimiento, valor cognitivo, ocio, etc.) (Kruger, 2010), así como como valor simbólico (Falassi, 1997; Throsby, 2003). Desde una perspectiva política, un festival cultural se enmarca como un bien público que puede tener un impacto económico, así como ciertos efectos intangibles en el mediano plazo en el área donde se lleva a cabo (Herrero, Sanz, Devesa, Bedate y Del Barrio, 2006), por lo tanto su existencia será relevante no solo por sus sustanciales beneficios económicos para las regiones anfitrionas sino también por su papel más amplio en la supervivencia y crecimiento de las artes (Kruger, 2010; Pretorius et al., 2014; Gómez, 2015).

## 2.2. Orígenes y evolución

Para entender el festival de folklore tenemos que adentrarnos en amplio contexto del festival en general. Los orígenes de los festivales se remontan a antiguas fiestas y celebraciones de carácter ritual, ya que las sociedades y los grupos sociales trataban de señalar el paso del tiempo, como las estaciones del año, con ocasiones especiales y dotarles de significado como afirmaciones simbólicas de una comunidad continua y su bienestar (Falassi, 1987; Getz, 2011; Ferdinand y Shaw, 2012; Klaic, 2014).

Históricamente, la forma en que los festivales celebraban ocasiones especiales era a través del arte, del ritual y de la fiesta (Arcodia y Whitford, 2006; Klaic, 2014). Fueron vistos como reuniones comunitarias que abstraían los deseos y sueños colectivos de las personas y proporcionaban una ocasión importante para una experiencia única en su vida social (Earls, 1993). Estos festivales se celebraban en momentos concretos durante el año, marcados por los cambios de estaciones y para realinear la sociedad a través de la naturaleza (Devesa, 2006; Klaic, 2014).

Pardy (1991) en (Gómez, 2018) asegura que los orígenes de este tipo de celebración pública, que tiene un significado cultural para la comunidad de acogida, se remontan al carnaval de Europa, adentrando de esta forma el origen del festival desde los eventos carnalescos como, por ejemplo, fiestas, ferias de mercado, incluso celebraciones de la cosecha, siendo ésta última una de las formas más comunes en la antigüedad. La tradición del carnaval ha permanecido viva en muchos países europeos, como es el caso de Venecia (Italia), Colonia (Alemania) o Niza (Francia). Como fenómeno cultural, el carnaval se extendió también a otros continentes, por ejemplo, a África (Zimbabwe -Harare Carnaval-), América del Sur (Río de Janeiro, Brasil;

Barranquilla, Colombia) y América (El Caribe o Luisiana, Estados Unidos) (Gómez, 2018).

El festival local más antiguo que se tiene referencia escrita es la Fiesta de Santa Fe, en Estados Unidos, en 1715. El término “festival de folklore” vino mucho después, uno de los primeros usos al término fue en 1892 para describir las actuaciones de músicos viajeros en Virginia – USA. A principios del siglo XX, el término festival de folklore fue usado en otras áreas del país para describir las actuaciones de inmigrantes. Aunque la escala masiva que tienen los festivales de música popular en la actualidad no se logró hasta mediados del siglo XX, la celebración de varios festivales durante los años 30 y 40 preparó el escenario para los que se desarrollaron más adelante, cuando se crea el término festivales de folklore de gran escala haciendo referencia a aquellos que congregan gran cantidad de público y son un desarrollo después de la primera mitad del siglo XX (Gillespie, 1996).

Si se tiene que hablar de un primer evento festival hay que citar el Georgia Old Time Fiddlers Convention (Convención de Violinistas Veteranos de Georgia), que se celebró en Atlanta en 1914 (Gómez, 2015). De la misma forma, el primer indicio referenciado de festival de folklore se atribuye al festival “*Mountain dance and folk festival*” en Asheville, North Carolina, en 1927, creado para celebrar la música y danza de las montañas Apalaches del sur y organizado por un abogado vecino interesado en la música tradicional de su área (Gillespie, 1996).

En 1934, se crea el “*National folk festival*” en St. Louis, Missouri, que como diferencia a sus predecesores, introdujo un nuevo concepto que se mantiene hasta

nuestros días, que fue la multiculturalidad de las actuaciones, ya que en este festival se presentaron artistas indo-americanos, cantantes franceses, cantantes vaqueros, músicos americanos de origen mexicano, cantantes de música sacra en harpa, cantadores del mar, leñadores, bailarines con trajes típicos de diferentes etnias y un coro afro-americano, además en este festival se incluyeron los términos de sobrevivencia (referidos a aquellas actuaciones realizadas por artistas de una larga cadena de tradición familiar y comunitaria) y revivir (referidos a aquellas actuaciones que aprendieron diferentes habilidades de una cultura diferente a la suya propia) adentrando de esta forma como objetivo al festival la salvaguardia de tradiciones (Gillespie, 1996).

Posterior a la creación de la UNESCO, las políticas llevadas a cabo después de la segunda guerra mundial produjo que los estados-naciones presentaran una mayor disposición de apoyo financiero gubernamental, por lo que los festivales se convirtieron en parte del compromiso emancipatorio del estado de bienestar con sus ciudadanos y al mismo tiempo, un vehículo para las necesidades y aspiraciones de muchos estados. Muchos festivales se iniciaron con una finalidad compensatoria detrás de sus programas, que se esperaba que enriquecieran con una dimensión internacional lo que el sector de producción cultural regular y doméstico no podía ofrecer a lo largo de todo el año (Calvo, 2016).

Es así como desde la década de los 70 se crean las diferentes organizaciones para la promoción de la cultura popular y de organización de festivales de folklore (CIOFF en 1970, IOV en 1979, FIDAF en 2012), permitiendo la gestión y creación de festivales de folklore bajo un mismo esquema referente a un diálogo cultural entre los pueblos, el cual ha ido progresando con el avance de la tecnología, así pues, especialmente con el auge de

internet después de 1995, esta industria cultural introdujo sus propios modelos, patrones, lemas, consignas y herramientas de marketing en la industria del festival. Esto supuso en muchos casos, la disolución del significado de los festivales y sus distintivas características, principios y valores. En nombre de las, cada vez más populares, industrias creativas, fiestas, procesiones, desfiles, carnavales y otros tipos de entretenimiento y esquemas de concurrencia de masas para hacer dinero, han sido arrojados en el mismo saco junto a los festivales que estaban impulsados por visiones y propósitos principalmente artísticos (Gujarro, 2008).

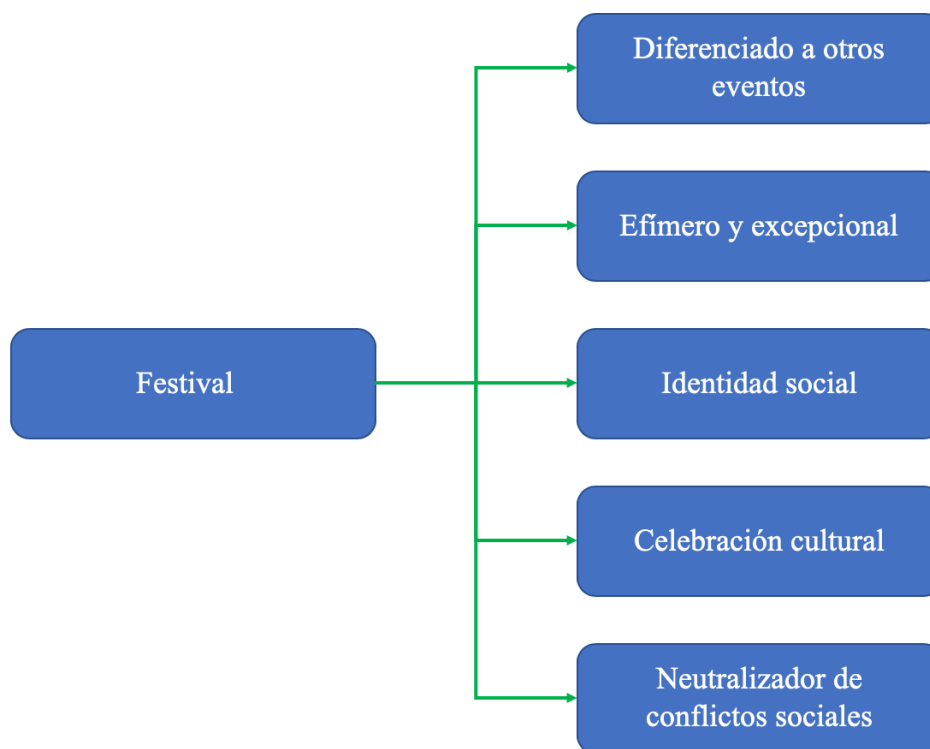
En el nuevo milenio, los festivales de folklore pueden ser vistos como una respuesta a la globalización y su impacto cultural es bastante amplio, pues facilitan el entendimiento de la cultura y promueven el turismo, por lo que en la actualidad existe un número importante de festivales que suceden en todo el mundo, con diferentes modelos de gestión pero que todos mantienen un objetivo común y es el de mantener las tradiciones vivas y que sean conocidas en el mundo entero.

### 2.3. Características

Según Gibson y Stewart (2009) para que un evento sea tratado como un festival, tiene que cumplir al menos uno (y preferiblemente más de uno) de los siguientes criterios: el uso de la palabra “festival” en el nombre del evento; siendo un evento irregular, uno o anual o bianual; énfasis en celebrar, promover o explorar algún aspecto de la cultura local, o ser un punto de convergencia inusual para las personas con una determinada actividad cultural, o de una específica identidad cultural. En el trabajo de Gómez (2018) desarrolla algunas características clave que tiene un festival de acuerdo con diferentes autores, estas son (figura 4):



Fig. 4: Características generales de los festivales.



Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez, 2018

Un festival es diferenciado a otros eventos ya que son más propensos a aprovechar la identidad cultural de una comunidad y contribuir a definir su sentido del lugar (Schöllmann, Perkins y Moore, 2001; Getz 2004). En ese sentido, los festivales a menudo se relacionan con el patrimonio de los lugares en los que tienen lugar, tanto el material como el inmaterial, en este sentido el festival de folklore no solo actúa como un dinamizador del turismo, sino que además promueve el fomento de las tradiciones tanto locales como internacionales debido a la participación de artistas internacionales (Cooley, 1999).

Klaic (2014) afirma que un festival es efímero y excepcional pues es su naturaleza serlo así, no existe forma de replicarlo año tras año o con menor frecuencia, ocurre en un cierto periodo de tiempo durante una temporada fija y no se repite hasta su próxima

edición. Todos los festivales tienen al menos una cosa en común y es que son efímeros (Waterman, 1998; Elschek, 2001; Williams y Bowdin, 2007).

Un festival promueve una identidad social, celebra la cultura y mantiene la identidad comunitaria y regional, además de que, a lo largo de la historia, los festivales han emulado tradiciones culturales (Hall, 1992; Arcodia y Robb, 2000; Crespi-Vallbona y Richards, 2007; Vitez, 2008). Una característica clave de un festival es el sentido de la comunidad y la celebración generada por una ocasión; es decir, una reunión social pública y de libre acceso que involucra una variedad de medios como artes y oficios, actuaciones y demostraciones (Goldblatt, 1997).

Un festival es una celebración cultural en si misma, celebra el arte, la música, la danza y participa de los procesos turísticos, por lo tanto, los festivales crean un "producto", promocionan un destino y prometen vislumbrar la auténtica cultura de ese lugar (Quinn 2006). Los festivales son eventos que están diseñados para la participación pública (Page y Connell, 2012), pueden ser tradicionales o contemporáneos en forma y celebrar una gama diferente de temas. Según estos autores (Page y Connell, 2012), desde la perspectiva de la comunidad, los festivales pueden ayudar a mantener los valores a través del aumento de un sentido de identidad social y/o la celebración de la cultura local ya que, como afirman De Bres y Davis (2001), los festivales comunitarios celebran con frecuencia la identidad de grupo y de lugar. Pizano et al., (2004) define el festival de folklore como una tipología de festival a través de los cuales se pretende recuperar y conservar las tradiciones populares. Se inspiran en mitos y leyendas, se expresan a través de celebraciones y actos conmemorativos, y en ellos se evocan las creencias. El festival

satisface la necesidad de contacto con la cultura y el arte, contribuyendo así a la creación de capital social (Cudny y Ogorek, 2014).

Un festival es un neutralizador de conflictos sociales pues promueve el diálogo cultural, corta barreras y lenguajes con la sola finalidad de brindar al público su identidad cultural. Se ha considerado que los carnavales y las fiestas populares son mecanismos manipuladores para neutralizar el conflicto social (Cohen, 1982; Jackson, 1988; Western, 1992). Los eventos culturales se ven como un medio para integrar a la población inmigrante en la comunidad local y preservar la identidad del destino (Crespi-Vallbona y Richards, 2007).

#### 2.4. Componentes

El festival de folklore está compuesto por diferentes entes que hacen posible su desarrollo, estos elementos los podemos extrapolar de la tabla 5, en la que se aplican a un festival de carácter general.

Para el director del festival, el festival es un estado de alegría y un reto de gestión. Para el personal, un festival representa trabajo duro, una oportunidad para encontrarse con viejos amigos y una oportunidad de tener acceso íntimo a camerinos con los artistas. Y lo mejor del festival es para los portadores, ambos músicos y artesanos, una validación y afirmación de su arte y su cultura. Es muy difícil determinar lo que significa el festival solo para la audiencia. Es claro también que ciudades enteras pueden contemplarse dentro de las tradiciones de un festival folclórico (Gillespie, 1996).

Tabla 5: Principales componentes de un festival

Elementos relacionados con la organización de un festival	Elementos relacionados con los impactos del festival sobre la cultura y la comunidad
Tiene lugar en un lugar y tiempo especialmente designados (ocupa este espacio por un periodo de tiempo especificado), fuera de los deberes cotidianos	Desarrolla identidad y capital sociales, por ejemplo, a través de la celebración de valores importantes para una comunidad determinada, y las habilidades adquiridas durante el festival
A menudo se combina con una competencia por la mejor creación (por ejemplo, una película) o una visión general de las obras de un artista	Desarrolla relaciones interpersonales a través de contactos hechos y reforzados mientras dura. Se trata de grupos de amigos, familiares, colegas y amigos de la escuela.
Es un evento público, que contiene un elemento de diversión	Es un evento social basado en experiencias extraordinarias; es generado por necesidades sociales; los participantes son miembros de la comunidad (local, regional); tiene numerosos impactos sociales
Es un evento organizado con un tema principal	Es un evento relacionado con la cultura. Se arraiga en la cultura, la forma y la presenta; es un lugar y una época de celebrar y consumir cultura
Puede ser un evento único o regular	Es parte del patrimonio cultural humano ampliamente comprendido, en particular su parte intangible

Fuente: Gómez (2018)

Toda la existencia de un festival, es decir, su estructura organizativa, presupuesto, eventos individuales e impactos en el entorno, están determinados por los elementos de este entorno, como los organizadores, los artistas participantes, los patrocinadores, los políticos (apoyando u obstaculizando el evento) y la audiencia (Cudny, 2016). Por otra parte, el festival también está influenciado por su entorno económico, la infraestructura (utilizada para los propósitos del evento), los medios de comunicación, la cultura local o regional, el entorno geográfico de los festivales, etc. (Hauptfleisch, 2007).

Fig. 5: Elementos que hacen posible un festival.



Fuente: Cudny (2016)

## 2.5. Tipología

En el mundo de los festivales, se pueden encontrar festivales famosos de diferentes temáticas: cine, música, danza, artes y artesanías, patrimonio cultural, eventos deportivos, ritos religiosos y de temporada, así como agrícolas (Kim et al., 2006; Tkaczynski, 2013).

Hay varios estudios que describen la variedad de festivales en todo el mundo que podrían ser de interés (Cooper, 1995, Chanchreek y Jain, 2007). Debido a los diferentes objetivos y, por tanto, a la realidad compleja de los festivales, es necesario para su análisis

establecer una categorización. La multiplicidad de géneros, formatos, duración, grado de profesionalidad de la organización, intensidad, organismos titulares, presupuesto económico, etc. comporta que la categorización tenga que contemplar muchas variables (Calvo, 2016). La literatura científica contiene muchas investigaciones que presentan tipologías más o menos formales de los festivales. Sin embargo, hay pocos trabajos concisos que resuman los logros de la investigación a este respecto (Gómez, 2018).

Según Cudny (2016) las tipologías de los festivales se basan principalmente en los siguientes criterios:

Tabla 6: Criterios de tipología de festivales.

Criterios	Características
Actitud hacia la religión	Fiestas seculares y sacras como la fiesta del Corpus Christi, la cabalgata de reyes, el misterio de la pasión de cristo, semana santa
Lugares del festival	Festivales organizados en el país y en ciudades; al aire libre o en espacios cerrados; mar o en la montaña, etc.
Estructura de clase social, división del poder y roles sociales	Festivales organizados por el pueblo para el pueblo; el pueblo de las elites; la elite para el pueblo; por el pueblo contra la elite (Falassi, 1987)
Momentos importantes en la vida personal	Fiestas referidas al nacimiento, el matrimonio o la muerte (como los alabaos y arrullos en las zonas costeras del pacifico sur colombiano y ecuatoriano)
Temporada	Festivales de invierno, primavera, verano y otoño (Ryan, Smee, Murphy y Getz, 1998)
Escala e importancia	Mega eventos, de gran escala, regionales y locales (Getz y Page, 2016)
Repetible	Periódico, generalmente organizado por instituciones o comunidades locales
Forma de organizar y financiar el evento	Fuentes privadas, publicas, o mixtas (Andersson y Getz, 2009; Colomer y Carreño, 2011)
Estructura de los invitados y visitantes del festival	Festivales nacionales, internacionales; multiculturales, monoculturales; abiertos a la preferencia sexual (Waitt y Gibson, 2008)
Tema	Festivales de arte (teatro, cine, libro, escultura, pintura, que comprenden diferentes artes), folclóricos, gastronómicos, eventos de moda, aventura y turismo, colectivo homosexual, ciencia y tecnología, multiculturales y minorías étnicas.
La situación histórica y la situación geográfica de los acontecimientos especiales	Festivales locales del patrimonio local moldeados por la geografía local y el tiempo-historia; festivales del patrimonio nacional relacionados con la historia del país; festivales estrictamente determinados por la geografía.

Fuente: Cudny (2016)

A partir de estas características recogidas, se podría establecer que un festival de folklore se encuentra por primera vez catalogado como tal en la característica basado en la temática del festival, sin embargo, la literatura referenciada hacia este tipo de festival es aun bastante confusa, pues pueden ser incluidos tanto en festivales de arte (Pretorius et al., 2014), como en festivales étnicos (Gillespie, 1996; Falassi, 1997; Cooley, 1999; Vitez, 2008). Así pues, se continuará este apartado con las características recogidas por diferentes autores extrapolando información de la literatura en festivales de música, arte y étnicos, para así construir la tipología específica del festival de folklore (figura 5).

El modelo de análisis que se presenta en este estudio se utiliza las clasificaciones realizadas por Paelo y Wijnberg (2006) y Colomer y Carreño (2011) y teniendo en cuenta para denominar las tipologías de festivales: su propósito fundacional, ámbito, su contenido, formato, carácter, titularidad, modelo financiero y su finalidad.

En cuanto al propósito fundacional o finalidad, Colomer y Carreño (2011) diferencian tres tipos:

- Los que quieren ofrecer una programación (musical y dancística para este estudio) concentrada en el tiempo porque consideran que una programación regular durante el resto del año no es alcanzable o sostenible. En esta tipología se pueden incluir festivales con formato intensivo y concentrado en el tiempo.
- Los que parten de una programación concentrada en el tiempo y quieren progresar hacia una programación regular y permanente a lo largo del calendario si las circunstancias son favorables. Este tipo de festivales tienden



Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

a tener una gran duración en el tiempo y ofrecen representaciones de manera intermitente, mayormente durante el fin de semana.

- Los que surgen como complemento de una programación regular para poner el acento en algún aspecto. En este tipo de festivales tienen una media o alta intensidad durante un largo periodo de tiempo proporcionando así una actividad complementaria a la programación estable.

Para el caso del festival de folklore, es importante resaltar que su propósito fundacional suele ser con la finalidad de dar visibilidad social a un movimiento artístico-patrimonial o refrendar una tradición (Garlough, 2011) o una tendencia estética marginal o emergente que no encuentra cauces regulares de expresión. Otros, festivales en cambio, se crean respondiendo a intereses particulares o colectivos ajenos al hecho artístico. Debido al gran valor simbólico y la capacidad de penetración mediática, algunas poblaciones impulsan la creación y celebración de festivales como instrumentos efectivos para promover el desarrollo turístico y económico de una localidad. Incluso para la generación de puestos de trabajo, para fomentar la conciencia colectiva, la autoestima, la comprensión de cultura sobrevenidas y la cohesión social (Colomer y Carreño, 2011).

La siguiente clasificación correspondiente al ámbito espacial de los festivales de folklore, estos pueden ser regionales, nacionales o internacionales. Ésta se puede aplicar desde dos agentes distintos: el propio festival o los artistas que componen la programación (Paleo y Wijnberg, 2006). Para esta tesis se estudia los festivales de folklore de ámbito internacional pues es ahí donde ocurre un verdadero dialogo cultural y donde surge el fenómeno que se desea estudiar.

Con respecto al contenido, reflejado en la programación artística del festival, Colomer y Carreño (2011) afirman que se pueden encontrar desde festivales eclécticos o generalistas hasta los más especializados; las propuestas giran en torno a las músicas y las danzas tradicionales, fomentando la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial, pero aún así se consideran una división de acuerdo a su naturaleza artística como auténtico (en cuanto que mantiene estrictamente los diferentes elementos de la representación artística como ocurre en su lugar de origen) , elaborado (cuando las manifestaciones folclóricas deben ajustarse a unos patrones del festival) y estilizado (En cuanto que combina elementos clásicos de la música y el ballet incorporándolos a sus manifestaciones folclóricas con el fin de darle una mayor proyección a sus representaciones) (CIOFF, 2009).

De igual forma, en cuanto al formato, estos mismos autores (Colomer y Carreño, 2011) diferencian los festivales según:

- Concentración temporal. Éstos pueden ser intensivos (concentrados en pocos días o los que operan durante el día y la noche) o extensivos (los que discurren a lo largo de un segmento significativo del calendario o los que operan sólo en una franja horaria limitada).
- Calendario. Éstos se pueden dividir según la temporada escénica (los que se desarrollan en otras fechas en las que sólo participa su comunidad o son capaces, gracias a su repercusión mediática, de atraer espectadores de otras comunidades) o estival (época vacacional, cuando es más probable que haya más visitantes o turistas en la ciudad).

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

- Ubicación. Éstos pueden celebrarse en la calle (con el objetivo de llegar a un mayor número de público), en recintos inespecíficos (los que utilizan espacios comunes o los que se alojan en espacios con gran valor patrimonial) o recintos especializados (destinados a conciertos o espectáculos).

En este mismo sentido, Paleo y Wijnberg (2006) afirman que partir de los formatos existe una clasificación dependiendo del número de escenarios que contenga el festival: un único escenario o varios escenarios donde elegir la programación en un mismo momento (como ocurre por ejemplo con el festival SIVO en Holanda).

La siguiente división parte del carácter de los festivales de folklore, pueden ser festivales competitivos y no competitivos. Los primeros son aquellos en los que los artistas son elegidos para ser ganadores por un jurado, cuya composición pueden ser unos pocos expertos o todo el público del festival y que reciben un premio o beneficio, mientras que los no competitivos los artistas no compiten explícitamente unos con otros.

En cuanto a la titularidad, Colomer y Carreño (2011) clasifican los festivales como:

- Pública. Cuando los promotores del festival son las administraciones correspondientes al estado. Es decir, tienen una personalidad jurídica pública, ya sean de ámbito regional o local.
- Privado. Los promotores son organizaciones no vinculadas a administraciones públicas y, por tanto, no están controladas por el estado.

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

- Mixta. Los promotores son empresas, fundaciones o patronatos de carácter privado en los que participan tanto la administración pública como organismos privados.

En cuanto al modelo financiero se pueden diferenciar cuatro grandes fuentes de financiación: la taquilla, el patrocinio, la aportación de recursos públicos (ya sean de la administración local, regional o estatal) y otros ingresos (por ejemplo, *merchandising*). Según la fuente predominante Colomer y Carreño (2011) identifican tres modelos básicos de financiación:

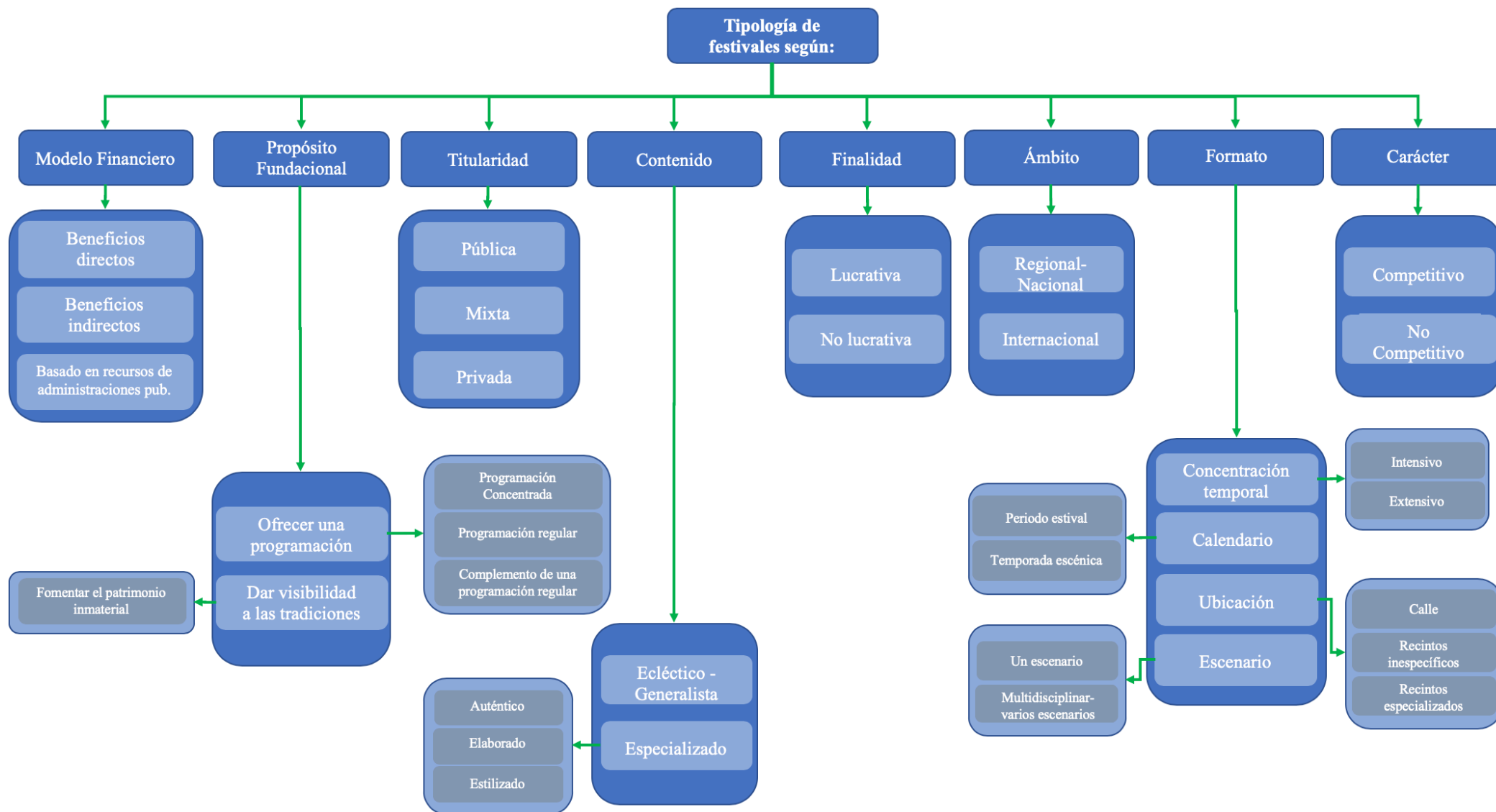
- Basado en los públicos como beneficiarios directos.
- Basado en los beneficiarios particulares indirectos a través del patrocinio y mecenazgo.
- Basado en los recursos de las administraciones públicas por los beneficios que comporta para la comunidad.

La siguiente clasificación que Paleo y Wijnberg (2006) hacen es según la finalidad última con la que se lleva a cabo el festival de música, es decir si se realizan con fines lucrativos o sin fines lucrativos. En el caso de los primeros se refiere a ese tipo de festivales que se pretenden conseguir una ganancia económica como objetivo principal o muy relevante. Los festivales sin ánimo de lucro son aquellos que se llevan a cabo con el fin de dar a conocer un conjunto de grupos o bienes artísticos. En algunos casos se considera que los festivales no lucrativos tienen una posibilidad mayor de innovar en su

Apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore:  
una mirada desde la gestión artística en música – danza.

programación, sin embargo, a veces responden a intereses políticos o de otro tipo y por  
ello la innovación se hace más compleja.

Fig. 6: Tipología del festival de folklore.



Fuente: Elaboración propia a partir de Paleo y Wijnberg (2006); Colomer y Carreño (2011)

## 2.6. Financiación

Los festivales son algo único en el sector de eventos (Getz et al., 2010), por lo que la gestión de festivales de folklore como organizaciones centradas en el arte tradicional y la divulgación del patrimonio cultural inmaterial requiere de una visión de gestión diferente a la de otro tipo de organizaciones y festivales. Además, existe el hecho de que muchos festivales son creados por organizaciones sin ánimo de lucro vinculadas a los campos de las políticas sociales y culturales, así como al marketing estratégico de los destinos, al turismo y al desarrollo económico (Getz et al., 2010).

Siguiendo a Getz et al., (2010) se podría argumentar que la gestión de festivales no debe ser diferente de la gestión de cualquier otra forma de evento planificado, pero que esta aseveración sólo es cierta en términos de conceptos genéricos y métodos. Hay múltiples razones por las que los festivales deben ser vistos de manera diferente, comenzando con su enfoque en la celebración, mientras que otros eventos se producen por razones de educación, marketing, competencia, negocios, política, entretenimiento, diversión y juegos (Gómez, 2018).

Una de las principales diferencias de este tipo de festivales se da en la gestión financiera, ya que se estructura de tal manera que en la mayoría de los casos no depende exclusivamente de la generación de sus propios ingresos, ni los del estado. Esto significa que es de suma importancia para los directores de este tipo de organizaciones entender la repercusión que los diferentes agentes tienen en la propia organización. Las principales fuentes de financiación que siguen las organizaciones de los festivales de folklore son:

- Entidades públicas
- Entidades privadas
- La misma organización

Bonet y Villarroya (2009) afirman que los festivales tienen mayor facilidad para obtener fondos, tanto públicos como privados, debido a que la imagen se concentra en un espacio y tiempo concreto.

Según Williams y Bowdin (2007) los festivales deben justificar el uso de los fondos públicos y demostrar su responsabilidad ante los patrocinadores y otros accionistas clave, por ello, se involucra la evaluación del festival como un instrumento de vital importancia para el proceso de planificación de festivales (Williams y Bowdin, 2007) y se ha vuelto cada vez más importante en los últimos años para algunos festivales, algunos de los festivales de folklore más importantes ya hacen uso de estas herramientas como el “*Students folk festival of NIS*”, “*Beijing International tourism festival*”, “*Festivalul inimilor*”, “*International folk festival North Cyprus*”, así como también festivales que han desaparecido y que contaban con estas herramientas como el “*Internationales folklorefestival Hansestadt Wismar*” y en el plano local como el “festival de folklore de la comunidad valenciana”.

Así pues, es importante conocer las fuentes de financiación que existen actualmente, la forma en la que los festivales los están utilizando y la manera que podrían utilizarlos en el futuro.



Tabla 7: Fuentes de financiación, características y formas de uso actuales.

Fuentes de financiación		Características	Formas de uso actuales por parte de los festivales
Entidades públicas		Financiación a través de subvenciones estatales	Creación del proyecto de festival con énfasis en el beneficio social y en la cofinanciación.
Entidades privadas	Con ánimo de lucro	Patrocinio a través de inyección de dinero a cambio de publicidad/marca/venta directa de productos	Búsqueda principal y complementaria a las subvenciones (si hubiese lugar)
	Sin ánimo de lucro	Financiación a través de donaciones/ <i>crowdfunding</i>	Búsqueda de donaciones Como forma deducible de impuestos a las empresas y en forma de incentivos del festival a los pequeños premios del <i>crowdfunding</i>
Organización		Ingresos por venta de entradas/ <i>merchandising</i> /otros servicios	Precio de entrada (si se estipula). Creación de experiencias auténticas y comercialización de productos del festival

Fuente: Elaboración propia

### 2.6.1. Entidades públicas

Muchos festivales sólo existen debido a la financiación pública (Heilbron y Gray 1993; Smith y Jenner 1998; Getz 2005). Según Kruger y Saayman (2016) el valor que las personas otorgan al arte ha sido un foco de investigación reciente, particularmente desde que la financiación gubernamental a las artes ha recibido un gran escrutinio de legisladores y ciudadanos y ha disminuido con el tiempo, junto con donaciones privadas a organizaciones artísticas. Según Boo y Busser (2006) hay un aumento significativo en el número de festivales patrocinados por los gobiernos locales; y es que cada vez más organizaciones y gobiernos locales y regionales están solicitando una mayor proporción de fondos para apoyar a las organizaciones artísticas (Thompson et al., 2002; Johanson, Glow y Kershaw, 2014). Además,

estos autores añaden que existen tres posibles razones por las que se puede explicar este fenómeno: primero, los festivales y los eventos turísticos tienen un impacto económico significativo (Formica, 1998, Harris, Jago, Allen y Huyskens, 2001; Herrero et al., 2012). El sector público cubre uno de los roles más importantes en cuanto a la financiación de eventos se refiere, especialmente en Europa (Gómez, 2018).

Como el número de eventos que se realizan está creciendo, las ciudades se enfrentan a exigencias cada vez mayores y más duras de decisiones de financiación acerca de a qué eventos destinar recursos y a cuáles no. Getz (1991) indicó que un acontecimiento celebrado en la comunidad contribuye significativamente a los gastos de los turistas y que la razón básica para acoger eventos es de naturaleza económica. Murphy y Carmichael (1991) añadieron que se espera que los eventos comunitarios aumenten el número de turistas y la cantidad de gastos. Además, se piensa que los gastos de los turistas aumentan la economía de la comunidad local (Walo et al., 1996). La segunda razón es que se considera que los festivales patrocinados traen beneficios sociales intangibles hacia la comunidad (Getz, 1991). Getz (1991) reveló que los festivales tienen la capacidad para formar imágenes de la comunidad y que la mejora de la imagen de la comunidad es uno de los beneficios positivos de los festivales de acogida; y tercero, el desarrollo de nuevos festivales se considera una estrategia para alargar el ciclo de vida de los destinos (Getz y Frisby, 1988). En este sentido, las imágenes de destino se consideran un intermediario importante para alargar el ciclo de vida del destino (Boo y Busser, 2006).

Además, la ola de recortes de las instituciones públicas se ha extendido en los últimos años en Europa a raíz de la crisis financiera afectando especialmente a las industrias creativas

y culturales y, por ende, a los festivales. En medio del aumento del desempleo y la presión al alza sobre los presupuestos de la seguridad social, muchos gobiernos y ayuntamientos han recortado totalmente el gasto (en vez de realizar una inversión discrecional) en apoyo a las artes, lo que supone un gran estrujamiento de las subvenciones públicas a los cines, teatros, operas, orquestas y festivales, que además por su naturaleza esporádica son más fáciles de “eliminar” que la programación estable (Calvo, 2016).

Por ello, últimamente, muchas ciudades están desarrollando estrategias de financiación con el objetivo de establecer directrices que ayuden a tomar decisiones en la elección de los eventos que deben ser financiados.

Esto se evidencia en que con el pasar de los años, las subvenciones llegan con muchas más condiciones por cumplir, entre ellos exigencias de ámbito político, donde se exige una actividad específica acorde con la necesidad de la administración y se deja a un lado la naturaleza exacta del festival, por ejemplo el “festival internacional de folklore de la Comunidad Valenciana” se dejó de organizar, pues la subvención que mantiene la federación de folklore de la Comunidad Valenciana proveniente de la Conselleria de Cultura determinó que se debía utilizar para eventos de música y danza exclusivos de la comunidad, dejando de lado el espacio de intercambio que por más de veinte años había creado este festival en la memoria de las diferentes culturas que lo visitaron. Como la transparencia y la responsabilidad son temas fundamentales en la financiación pública, la necesidad de dar cuenta de la utilización de subvenciones públicas también incrementa.

Por ello, aunque un gran número de eventos dependen de fondos públicos, muchos buscan otras fuentes de financiación para aumentar su base de recursos, reducir riesgos y aumentar la flexibilidad.

No obstante, Felsenstein y Fleischer (2003) realizan una apreciación, y es que las cuestiones de equidad y distribución sugieren que el apoyo público no debería ir a festivales que satisfagan los gustos culturalmente de élite (como la música de cámara y el teatro alternativo).

#### 2.6.2. Entidades privadas

Además de las subvenciones por parte de las instituciones públicas, la financiación de los festivales a menudo se construye a través de la mezcla de otro tipo de fuentes como entidades privadas y asociaciones a través de sus patrocinios y donaciones, en este mismo sentido en el proyecto de Richards (1996a) de turismo cultural en los festivales en Europa, asegura que tras la evidencia de los festivales celebrados en Edimburgo, el turismo de festivales puede hacer una contribución económica significativa a las economías locales y regionales de las ciudades, ya que, dada la cantidad relativamente pequeña de aportaciones públicas otorgadas a los festivales, es una forma muy eficiente de generar ingresos locales y empleo (tanto regional como nacional). Las organizaciones artísticas reciben sus ingresos de una variedad de fuentes, tales como venta de entradas, concesiones y publicidad, y donaciones individuales, corporativas y gubernamentales (Thompson, Berger, Blomquist y Allen, 2002).

a) Entidades privadas con animo de lucro

Este sistema de financiación en los festivales de folklore se refiere a la obtención de recursos provenientes de fondos privados lucrativos bajo la modalidad de patrocinio, “*sponsoring*” (esponsorización), o “*crowdfunding*” (micro mecenazgo), en el que una empresa cubre parcial o totalmente el presupuesto de un festival a cambio de ser la imagen, la marca, o tener la exclusividad de productos dentro de las actividades del festival.

Patrocinio:

La AEPEME (Asociación Empresas Profesionales Españolas de Mecenazgo y Esponsorización) define el patrocinio como: una estrategia de comunicación, una inversión rentable en imagen. Consiste en la inversión por parte de una empresa o institución en un área ajena a su propia actividad (cultural, deportiva, social, humanitaria...) dirigida a materializar un supuesto beneficio para públicos objetivos predefinidos.

Santos (2008), distingue diferentes agentes que intervienen en esta estrategia de patrocinio:

- Patrocinador: se refiere a la empresa o institución que hace una contribución económica para conseguir imagen y notoriedad.
- Patrocinado: persona u organización que recibe apoyo en recursos para un acontecimiento o actividad.
- Destinatarios: el público al que va dirigido el evento.
- Acontecimiento: donde se desarrolla el evento.
- Medios de comunicación: participan indirectamente, pero su presencia es determinante a la hora de para alcanzar mayor difusión.

- Agencia especializada en patrocinio: establecen contacto entre las partes, hacen análisis, evaluación del efecto.

Este mismo autor realiza la siguiente clasificación de los patrocinios en función de diversos criterios:

- Según el patrocinador
  - Técnico: la actividad comercial de patrocinador tiene relación con el evento patrocinado.
  - Ajeno: la actividad comercial no tiene ninguna relación con el evento patrocinado.
- Según el ámbito geográfico
  - Internacional: empresas exportadoras o internacionales, en su caso difusión a través de los medios de comunicación internacionales.
  - Nacionales: acontecimientos de interés general.
  - Local: para mejorar la imagen del entorno local.
- Según el objetivo
  - Imagen: el fin es crear una imagen positiva hacia la imagen.
  - Notoriedad: el fin es aumentar el conocimiento de la empresa.
- Según el acontecimiento (en este caso solo interesa el cultural)
  - Cultural: la cultura se ve como un valor muy estimado, la seriedad se asocia a la imagen.

- Deportivo: frecuente, audiencia masiva.
  - Musical: dependiendo del estilo de música puede alcanzar públicos muy distintos.
  - Social: acciones de interés social humanitario, connota preocupación por los problemas sociales, legitima la empresa en su entorno.
- Según el número de patrocinados
- Individual: una sola persona.
  - Colectivo: un equipo o acontecimiento.
- Según el nivel de dominio
- Absoluto: una sola empresa paga todo el presupuesto.
  - Compartido: varias empresas pagan el total del presupuesto.

Pere Clotas (2009) realiza, a su vez, una clasificación de los distintos sectores donde puede tener lugar el patrocinio:

- Edición/libros.
- Patrimonio cultural (archivos, bibliotecas, museos, arquitectura, cultura popular).
- Artes plásticas (pintura, escultura y fotografía).
- Música y artes escénicas (teatro, danza y ópera).
- Cine.
- Híbridos (deporte y medios de comunicación).

El patrocinio es una fuente de apoyo cada vez más importante para los festivales (Rowley y Williams, 2008; Allen, 2012; Morrow, 2018). El patrocinio comercial involucra a empresas que invierten en un evento a cambio del acceso a la audiencia o para otras oportunidades comerciales.

En general, los patrocinadores utilizan los eventos para conseguir objetivos corporativos o de comunicación, incluyendo la marca, creando así una concienciación pública, mejora de la imagen, estimulación de las ventas, incentivación de los empleados, mejora de la participación de los consumidores y demostración de la responsabilidad corporativa. Para algunas empresas, sin embargo, las decisiones de patrocinio pueden ser fuertemente influenciados por los intereses personales y conexiones de los miembros del Consejo de Administración o los ejecutivos de alto rango y pueden ser vistos como una forma de filantropía o donación o contemplado como parte de un concepto más amplio de responsabilidad corporativa (Calvo, 2016).

El patrocinio es fruto de una combinación de factores interrelacionados entre sí. Para la empresa patrocinadora, tan importante es la imagen positiva que se lleve el público directo del festival como aquella que se trasciende al conjunto de la opinión pública. La función de las agencias de patrocinio consiste no solo en relacionar el festival (o la institución cultural de la que éste depende) con las potenciales empresas patrocinadoras, sino que una vez confirmado el acuerdo velar por la máxima difusión de este (Bonet, 2011).

En referencia a los festivales de música, Gómez (2015) argumenta que las formas de captación de fondos que normalmente consiguen los festivales son los patrocinios



empresariales, a través de diferentes marcas que tienen un público objetivo similar al del festival y que se unen al proyecto con la intención de desarrollar una colaboración que consista en el intercambio de bienes. Mientras que la empresa hace una aportación monetaria o a través de bienes tangibles, el festival de música le aporta una imagen y unos servicios, dependiendo del evento puede tratarse de entradas al festival o cualquier otro tipo. Respecto a la imagen, se refiere a un posicionamiento de la marca a través de una importante estrategia de comunicación, ya que se consigue una máxima difusión tanto en redes sociales como en medios de comunicación convencionales.

Los patrocinadores suelen esperar algún tipo de compensación directa de su inversión en eventos, tales como acceso privilegiado o entradas gratuitas. Por ello, es fundamental que el propio evento calcule el coste real del patrocinio (Calvo, 2016).

Ejemplos claros de estos patrocinios pasan por ejemplo en el “International folk dance festival Altin Karagoz” en Bursa- Turquía, donde se destinan a patrocinadores alrededor de un 50% de las entradas de primera fila para patrocinadores, así como un 20% del aforo general.

El aumento de patrocinio no es una opción fácil y muchos eventos luchan para atraer el patrocinio debido a la propia naturaleza del evento o por la ausencia de una estrategia fuerte de financiación y recaudación. Por lo tanto, todavía hoy en día, el punto débil de muchos festivales de folklore se encuentra en la gestión del patrocinio empresarial. Esto es así, porque la comunidad empresarial ha tenido una experiencia limitada con el patrocinio de festivales y eventos artísticos y la mayoría de los organizadores de festivales no tienen habilidades en la redacción de propuestas de negocios y de patrocinio (Calvo, 2016).

Las estrategias de patrocinio de eventos se basan generalmente en torno a enfoques individuales de patrocinadores específicos. El enfoque más eficaz se basa generalmente en propuestas que están específicamente diseñadas para satisfacer las necesidades de una organización determinada (Calvo, 2016).

Finalmente, el ultimo caso de patrocinio se refiere al mecenazgo, el cual es un tipo de patrocinio a largo plazo, dedicado a la actividad cultural. Se otorga normalmente a artistas, literatos o científicos con el fin de que puedan desarrollar su obra. Este apoyo tiene un carácter altruista y desinteresado, puesto que el mecenas no busca ningún tipo de recompensa, aunque sí existe una remuneración de carácter personal, relacionada con lo estético, moral o intelectual. A lo largo de la historia, ha sido una herramienta muy utilizada para financiar las artes y la cultura. El término ha sufrido una importante evolución hasta nuestros días, momento en el que el mecenas puede ser una persona, empresa u organización.

#### *Crowdfunding:*

También llamado micro mecenazgo, es la financiación de un proyecto a partir de pequeñas aportaciones privadas. Esta fórmula está indisolublemente unida a internet, lo que nos lleva a afirmar que se trata de una herramienta moderna. Consiste en la contribución de las cuantías de las que dispongan los participantes ante la necesidad surgida a los autores de financiar un proyecto o parte, debido a la complejidad de conseguir créditos bancarios y la crisis económica. También a la extensión del uso de internet por los diferentes terminales. De esta manera, a través de una plataforma, dan a conocer su proyecto y los mecenas pueden hacer su aportación a través de cuentas bancarias o plataformas de pago (Gómez, 2015).

La palabra “*crowdfunding*” proviene del inglés *crowd* "multitud" y *funding* "financiación/ recaudación". En su conjugación, se refiere a la acción o intención de recaudar dinero (ya sea en forma de donación o de préstamo) para llevar a cabo emprendimientos comerciales, proyectos artísticos, académicos, obras de caridad u otros fines, muy usada en los últimos años para potenciar “*startups*”. La característica principal de este tipo de financiación es que no descansa en manos de un prestamista individual, ni tampoco de un único fondo de inversión ni en ningún estamento bancario, sino de una multitud de pequeños inversores que simpatizan con el proyecto o inversores que confían en la rentabilidad del emprendimiento y prevén recibir atractivas ganancias.

El criterio del micro mecenazgo tiene como precedentes las donaciones y/o patrocinios. Pero este término se está renovando gracias a la atención que ha recibido por parte de organizaciones e individuos que tienen un proyecto ahora que las redes sociales, las comunidades online y las tecnologías de micro pagos hacen que sea mucho más sencillo y seguro obtener las donaciones de un grupo de personas interesadas a un precio muy bajo (Calvo, 2016).

El patrocinio social en la modalidad de *crowdfunding* que promueve la participación de particulares en el desarrollo y financiación de proyectos culturales está emergiendo con mucha fuerza (Gómez, 2015). Teniendo en cuenta la situación del sector y los cortes de financiación a iniciativas culturales por parte de instituciones públicas e incluso privadas, muchas organizaciones relacionadas, entre ellas los festivales de folklore, están utilizando cada vez más el *crowdfunding* como un modelo de financiación alternativo.

La coyuntura económica imperante, y la necesidad de buscar capital de una manera más efectiva, son sólo algunos de los indicadores que colocan al crowdfunding como una de las vías más exitosas a la hora de llevar a cabo un festival de folklore.

Actualmente existen numerosas plataformas dedicadas al crowdfunding, algunas de las más conocidas en el ámbito del sector festivalero son: *Kickstarter* e *Indiegogo* son las plataformas por excelencia. *RocketHub* y *PledgeMusic* en el ámbito musical cuentan con numerosos casos de éxito también, entre otros. En el ámbito de los festivales de folklore en particular este tipo de financiación se viene dando incluso desde mucho antes del boom del micro mecenazgo, contando con festivales en los que su financiación ha dependido de los aportes de la comunidad y de los mismos organizadores, cubriendo los gastos de alojamiento y hospedaje, como pasa en muchos de los festivales de Holanda como el “*SIVO*” y el festival de “*Bolsward*” o el “*Ludwigsaw tann folklore festival*” en Alemania

### *Sponsoring*

El *sponsoring* es un patrocinio basado en el campo de la publicidad. Se da mayoritariamente en eventos deportivos, durante los periodos de descanso se venden los segundos de publicidad, como es el caso del *Superbowl* en Estados Unidos o el *Australian Open* en Melbourne-Australia.

#### b) Entidades privadas sin animo de lucro

Este sistema de financiación en los festivales de folklore se refiere a la obtención de recursos provenientes de fondos privados no lucrativos bajo la modalidad de donaciones o *fundraising*, en el que una empresa cubre parcial o totalmente el presupuesto de un festival de

manera altruista o porque va relacionado los objetivos del festival con los suyos propios, o por simple afinidad de los empresarios.

### Donaciones

Muchos eventos solicitan donaciones, que deben ser distinguidas del patrocinio. Una donación se refiere a un regalo filantrópico que no trae beneficios comerciales por transacciones para el donante. El motivo de la mayoría de los donantes se relaciona con un deseo de servir al “bien público” a pesar de que reciba menores beneficios, tales como la publicación de su nombre en la lista de los donantes o la recepción de un boletín de noticias. Esto contrasta con la idea básica de la contribución de patrocinio, que es una transacción puramente comercial con un rendimiento de inversión esperado a través de oportunidades de comercialización u otros beneficios, como entradas gratuitas o a precio reducido.

Una de las mayores ventajas de las donaciones es que en algunos países son deducibles de impuestos como en el caso de la mayor parte de Latino-América y Estados Unidos, donde los rubros por donaciones a entidades gestoras de festivales sin ánimo de lucro son excluidas de impuestos y pueden retribuirse a través de la declaración de impuestos. Los eventos pueden tratar de solicitar grandes cantidades en forma de donaciones ofreciendo incentivos a los principales donantes. En el caso de los festivales, por ejemplo, es común ofrecer asientos o el acceso a áreas específicas del festival, incluyendo el *backstage* para las personas que donan más de una cierta cantidad.

### *Fundraising* (captación de fondos)

El *fundraising* es un proceso de captación de fondos mediante donaciones particulares, empresas, fundaciones benéficas o agencias gubernamentales, se hace bajo un llamado en general a participar por parte de la comunidad, en un periodo específico para beneficio del festival de folklore.

### 2.6.3 La organización

La financiación que se logra por parte de la misma organización va a depender básicamente del ingreso por entradas, *merchandising* y otros servicios.

#### Venta de entradas:

Para muchos festivales, la venta de entradas supone una gran parte de los ingresos que se generan. Pero maximizar los ingresos de estas entradas requiere un considerable esfuerzo de marketing, así como una gestión eficaz del rendimiento (Gómez, 2015; Calvo, 2016).

Por ello, aunque el número de entradas vendidas es una variable, igualmente importante es el coste de venta de cada entrada. El coste de marketing, los costes asociados con la operación de ventas y otros gastos de administración suelen representar el 31% del presupuesto total del festival. Esta es la razón por la que cada vez más festivales contratan la venta de entradas con compañías profesionales que cubren el coste de la venta de entradas mediante el cobro de una comisión o cuota de servicio en cada transacción. En la actualidad, un creciente número de festivales venden las entradas vía internet con el objetivo de reducir el coste de venta y así mismo, utilizar estratégicamente la información que obtienen de estas ventas online en la comercialización del festival. La compra de entradas vía internet es fácil y rápida para los

clientes, aunque hoy en día, esta forma de venta está suponiendo algunos problemas de seguridad para el programa del festival que los directores de éstos deben tener en cuenta (Calvo, 2016).

Aunque resulte evidente que la venta de entradas es una actividad importante para el festival, existen numerosos casos de festivales de folklore donde la entrada es gratuita, en los que este rubro es nulo, bien sea por exigencia de la administración pública (a través de la subvención otorgada) o por políticas de la misma organización.

#### *Merchandising:*

El *merchandising* o comercialización de productos es una de las herramientas de financiación más usadas en los últimos años. Pero hay que tener en cuenta que una comercialización eficaz requiere una planificación cuidadosa y no es realista o incluso apropiada para ciertos tipos de eventos (Calvo, 2016). Doyle (2004) afirma que un evento necesita una estrategia de *merchandising* que debe incluir un presupuesto claramente definido, una política de abastecimiento, planificación para el diseño y ubicación de los productos para mejorar la visibilidad y la accesibilidad a los visitantes, una política de precios y una estrategia clara para la gestión de ventas.

#### Otros servicios:

Aquí se incluyen el *storytelling* del festival, las visitas guiadas, el *catering* y la prestación de servicio de alimento y bebidas que es a menudo otros de los elementos importantes en la generación de ingresos porque es parte de la experiencia del festival. Por tanto, debe ser incorporado en las estrategias financieras y operativas del evento.

### **Capítulo 3: Las figuras del gestor y el artista participante como apropiadores y difusores del patrimonio cultural inmaterial**

Adentrados ya en las bases teóricas para la comprensión de los festivales de folklore, en este capítulo se analiza la figura del gestor y del artista participante, su rol, el significado de su trabajo, la evolución que ha tenido y la importancia de sus acciones para entablar las directrices de gestión del festival (para el caso del gestor), así como también la creación artística (por parte de los artistas) que a su vez incluyen la finalidad de salvaguardia del patrimonio inmaterial. En este sentido se presentará aquella teoría relevante a estas figuras desde el ámbito de la gestión de eventos y de los datos proporcionados por los mismos implicados dentro del festival, cabe resaltar que la literatura en este tema aun es muy escasa y sigue teniendo discusión en el mundo académico y artístico.

#### 3.1. Aproximación al gestor de festivales de folklore

##### 3.1.1 Profesionalización y conjunto de conocimientos, competencias y valores

El gestor de festivales es quien dirige la parte estratégica y organizativa de un festival. Inicialmente esta figura no contemplaba ninguna acción de gestión mas allá de llevar a cabo por gustos personales un festival, este es el caso de los primeros festivales folclóricos en Estados Unidos a finales del siglo XIX y principios del XX dirigido por entusiastas de las tradiciones populares de sus lugares de vivienda como por ejemplo en las actuaciones de inmigrantes en Virginia, el “*Mountain Dance and folk festival*” de Asheville y el “*National folk festival*” en St Louis-Missouri; también es cierto que la audiencia de estas primeras manifestaciones de festival folclórico eran en su mayoría visitada por los mismos familiares, amigos y vecinos de los artistas (Gillespie, 1996).



Y es que, como se ha observado, históricamente los festivales y las ferias desempeñaron papeles importantes que no fueron discutidos o planificados, apenas sucedieron porque eran necesarios. Los mercadillos y las ferias eran necesarios para el comercio, las fiestas y las celebraciones encajaban orgánicamente en la vida cotidiana, los juegos no se profesionalizaban como deporte (Getz, 2011). Pero la mayor parte ha pasado y la mayoría de los eventos están actualmente planeados para cumplir con numerosos objetivos económicos, empresariales, sociales, culturales y de otra índole. Por tanto, los tipos de eventos planificados se han convertido en construcciones sociales (Gómez, 2018).

A medida que el tamaño y las necesidades de la industria de los festivales han crecido, la formación en la gestión de los eventos ha comenzado a emerger como una disciplina separada. En los primeros años de la industria, que conduce a mediados de la década de los 90, el campo se caracterizaba por un gran número de voluntarios. Los pocos gestores de eventos que obtenían puestos remunerados provenían de una variedad de disciplinas afines y, por tanto, echaban mano de los conocimientos adquiridos a partir de la disciplina que provenían y de las habilidades aprendidas en su trabajo. Muchos vinieron de áreas afines como el teatro y el entretenimiento, la producción audiovisual y el cine, y adaptaron sus habilidades a los eventos y festivales (Calvo, 2016). Aun hoy en día, esta situación se sigue dando en la mayoría de los festivales folclóricos a nivel mundial.

Otros vinieron de trabajar como proveedores de eventos tales como puesta en escena, iluminación y empresas de producción de sonido, habiendo descubierto que podían expandir y aprovechar las habilidades que habían adquirido para llevar a cabo la gestión global de eventos y festivales. Incluso hoy en día, esto sigue sucediendo así. Sin embargo, como la celebración

de eventos y festivales por parte del gobierno y la industria ha crecido, los presupuestos de eventos han aumentado y la logística de estos se ha vuelto más compleja, la necesidad de profesionales cualificados que puedan cumplir con los requisitos específicos de la industria se hace cada vez más notoria (Bonet, 2011; Heras, 2011; Calvo, 2016). La educación y la formación a varios niveles, ha crecido para satisfacer esta necesidad. De hecho, en la actualidad, universidades de todo el mundo ofrecen grados y másteres en la gestión de eventos. Aunque esto significa dar un paso adelante, no implica que el sector de eventos esté profesionalizado como sucede con otros sectores (Silvers et al., 2006).

También hay que tener en cuenta que los acontecimientos se han profesionalizado y están atrayendo cada vez más el apoyo de las administraciones públicas y de las empresas privadas. Un aspecto de este crecimiento es que ahora se requieren celebraciones para cubrir una gran agenda muy amplia y diversa. Ya no es suficiente un evento para satisfacer sólo las necesidades de su público. También debe abarcar una demasía de otros requisitos, incluidos los objetivos y reglamentos gubernamentales, los requisitos de los medios de comunicación, las necesidades de los patrocinadores o las expectativas de la comunidad. Un gestor de festivales exitoso debe ser capaz de identificar la gama de partes interesadas (figura 7) en dicho acontecimiento y gestionar sus necesidades individuales, que, a veces, se superponen y aparecen conflictos o lo es que lo mismo, gestionar el plan estratégico del festival de folklore (Gómez, 2018).

Fig. 7: Partes interesadas en los eventos para tener en cuenta por parte del director de festivales.



Fuente: McDonnell, Allen y O'Toole (1999) y Gómez (2018).

En este camino a la profesionalización, Allen, O'Toole, Harris y McDonnell (2005) comparan los eventos, entre ellos los festivales, con cualquier otra industria basada en proyectos. Estos autores afirman que la gestión de eventos, no se trata sólo del evento, sino de los procesos que se utilizan para crear y mantenerlo (Bowdin, McDonnell, Allen y O'Toole, 2001). El reconocimiento de este proceso es la base para el reconocimiento de la gestión de eventos como una profesión. Una profesión se caracteriza por (Allen, O'Toole, Harris y McDonnell, 2005):

- Un conjunto de conocimientos: esta es como la biblioteca de la profesión. Se compone de la información de otras profesiones como la logística, la gestión de

contratos y el marketing. Las revistas y libros de texto describen el conjunto de conocimientos y lo perfeccionan continuamente.

- Una metodología: esta se compone de una serie de procesos o tareas, que pueden ser descritas y enseñadas. El proceso de gestión de riesgos es un ejemplo.
- Heurística: se trata de las “reglas de oro”, relatos y descripciones de la propia experiencia que se pueden aprender sólo en el trabajo.

La gestión de eventos está gradualmente recopilando y describiendo estas tres áreas. En la practica estas acciones muchas veces se dirigen directamente desde la gestión presupuestaria, lo cual nos da un indicio de los objetivos de organización del festival trascienden más por emociones de índole artístico y de tradiciones antes de poner en practica ámbitos de la gestión de eventos (Heras, 2011). En el pasado “la regla práctica” y “la prueba y error” eran la forma principal de organización de eventos. Cuando se reconozca y describa los procesos utilizados para crear el evento (la metodología), será cuando la gestión de eventos podrá progresar de una simple habilidad o destreza a una profesión (Calvo, 2016).

Para el desarrollo de la profesión algunos autores han enfatizado en la importancia de los conocimientos, competencias y valores que llevan a la profesionalización de la tarea del gestor de eventos que deben conseguirse por procesos académicos a través de carreras universitarias, másteres, seminarios, etc. (Bowdin et al., 2006; Silvers et al., 2006; Heras, 2011). Bowdin et al., (2007) aseguran que conseguir las categorías de conocimientos y habilidades necesarias en el campo de la gestión de eventos supone un gran reto, dado el gran rango de alternativas disponible, algunos consideran apropiado la propuesta del uso de la gestión tradicional, enfocándose en las disciplinas tradicionales como la gestión, finanzas,

recursos humanos y marketing. Otros pueden considerar un enfoque específico para cada evento más adecuado, incorporando salud y seguridad, producción y logística. Aunque cualquiera de los enfoques es apropiado para categorizar el conocimiento y las habilidades, la investigación sugiere que ninguno de los enfoques proporcionaría actualmente un marco integral.

En este sentido, Getz y Wicks (1994: 108-9), además de las habilidades genéricas de gestión, especifican las siguientes áreas de conocimiento adecuados para la inclusión en la formación de la gestión de eventos:

- Historia y significado de los festivales, celebraciones, rituales y otros eventos.
- Evolución histórica, tipos de eventos.
- Tendencias en la demanda y la oferta.
- Motivaciones y beneficios que se buscan en los eventos.
- Roles e impactos de los eventos en la sociedad, la economía, el medio ambiente y la cultura.
- Quién produce los eventos y por qué.
- Conceptos y estilos del programa.
- Configuración de eventos.
- Operaciones exclusivas para eventos.
- Gestión y dirección exclusiva para eventos.
- Marketing exclusivo para eventos.

Como referencia de estos avances, en cuanto a los festivales dentro de las áreas de las artes escénicas, Heras (2011) asegura que el trabajo que supone la dirección, curaduría o comisariado de un festival, muestra, feria, bienal o como se denomine a un proyecto de presentación de una opción determinada de propuestas organizadas en torno a una programación puntual, resulta de una gran complejidad y plantea cinco áreas donde la dirección de un festival debe operar (tabla 8).

También asegura que son tareas que las nuevas generaciones de gestoras y gestores tendrán que encarar inmediatamente, pues la sociedad siempre va más deprisa que la profesión. Por ello, asegura, además, que en los propios sistemas de la enseñanza de gestión que hoy circulan a través de postgrados, máster, talleres y seminarios quizás se debería abrir una línea específica que fuera dirección de festivales. La caracterología de esta acción cultural cree que bien se merece ese esfuerzo por parte de las instituciones que propician la enseñanza de la gestión.

“No nos olvidemos que la innovación y desarrollo son algo más que dos siglas o dos palabras, son un espacio de formación donde nos jugamos el futuro. Quizás nosotros, nuestra generación de pioneros somos ya como esos vaqueros de los westerns crepusculares, y aunque sigamos dando mucha guerra debemos ser conscientes de los retos que las nuevas tecnologías, los nuevos públicos o las nuevas formas de financiación están abriendo a la práctica de las Artes Escénicas. Y, por ello, si logramos que estas nuevas generaciones además de tener mucha más preparación técnica que nosotros, tengan además compromiso y pensamiento en sus líneas de acción habremos dado un paso adelante de suma importancia para situar a los festivales como ejes

festivos fundamentales en el entramado de una construcción sana y democrática del entramado general de las Artes Escénicas” Heras (2011).

Tabla 8: Áreas de operación que debe seguir la dirección de un festival.

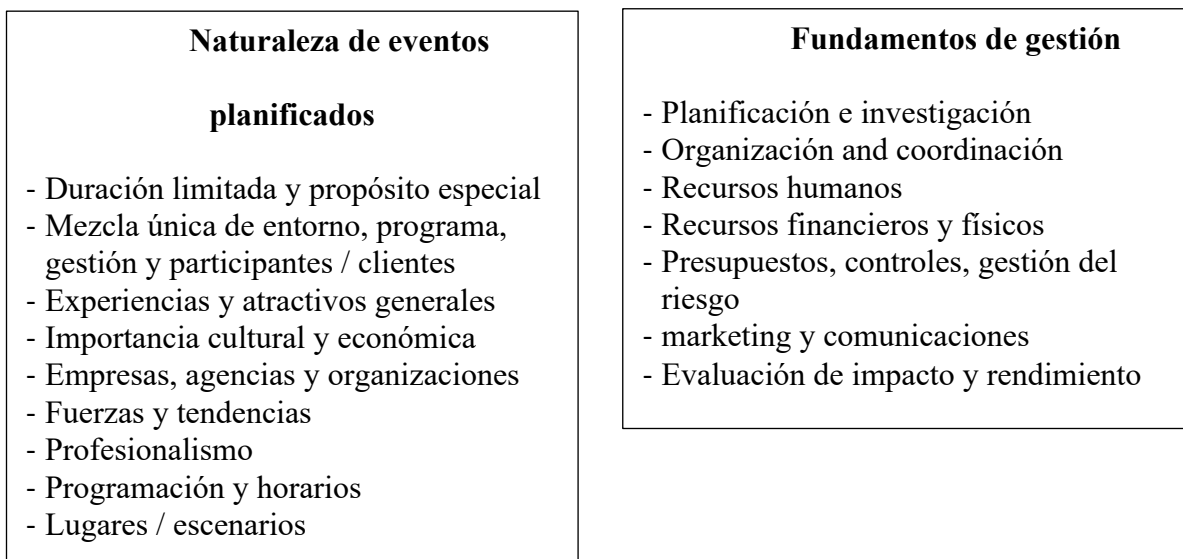
Área de operación	Características
<b>Política</b>	Entendido como todo aquello que incumbe a la ciudadanía, entre ellas la cultura. La dirección de un festival se haya marcada por las realidades sociopolíticas y por las relaciones que de deben establecer entre el poder del gobierno concreto (local, regional, autonómico, nacional o internacional), el sentido de la gestión que impulse el equipo directivo y la relación con las dos partes fundamentales del soporte de toda actividad escénica: los creadores y productores de los proyectos artísticos y los espectadores a los que van dirigidos. Es en este territorio donde financiación y sostenibilidad de la actividad están más vinculadas a un buen ejercicio de la dirección del festival correspondiente.
<b>Artística</b>	Esta área es la más importante en cuanto a la dirección de un festival de folklore, por lo tanto, los espectáculos a programar deben ser seleccionados desde criterios profundos como: rigor en la propuesta, vinculación al discurso del festival, descubrimiento de nuevos valores, necesidad de mostrar tendencias que sean solicitadas por los ciudadanos, conocimiento de las trayectorias de los artistas, calidad de la representación. Un amplio segmento de criterios que hagan de lo artístico un valor de primer orden no sometido a lo temporal de las modas o a los gustos dominantes de los mercados.
<b>Gestión económica</b>	Concreción de un presupuesto económico, con una figura de gerencia que valore el discurso artístico sobre el político (en relación con el equilibrio de cuentas en los festivales públicos) y gerencial (relacionado con la ética transparente y acorde con la verdad del destino de los fondos).
<b>Planificación interna</b>	Es necesario contar con equipos preparados y comprometidos con el proyecto, que conozcan bien la labor que van a desarrollar, existiendo siempre una eficaz coordinación entre esos departamentos para el diseño y puesta a punto de un organigrama de trabajo
<b>Proyección y promoción social</b>	La vinculación del proyecto/festival con el entorno/sociedad es fundamental para hacer viable un proyecto de futuro. Lo que se construye en un año es esencial para edificar nuevas alternativas en la siguiente edición. Por otra parte, seguir insistiendo en este apartado en la importancia de la investigación de las nuevas tecnologías y la proyección de estas en las redes sociales.

Fuente: Elaboración propia a partir de Heras (2011)

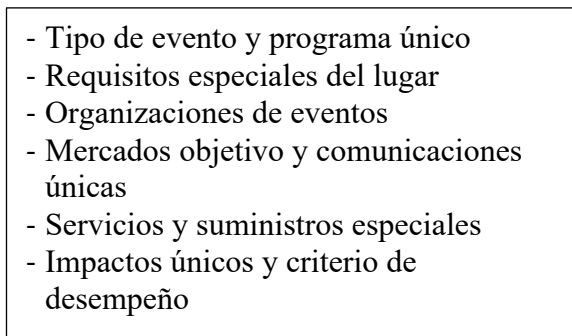
Getz (2000) presentó un marco conceptual de dos niveles en el que ilustra el enfoque para estudiar la gestión de eventos (Figura 7). Este autor, argumenta que el tipo de evento es secundario al desarrollo y comprensión de la naturaleza de los eventos y las funciones básicas de gestión y, como tal, divide el modelo entre los requisitos de nivel básico y la especialización.

Fig. 8: Marco conceptual en la gestión de eventos.

Nivel 1: Creación



Nivel 2: Especialización



Fuente: Getz (2000).



Posteriormente, Getz (2002a, p. 16) identificó los elementos requeridos para el desarrollo de la disciplina de los estudios de eventos / gestión de eventos. Los cuales fueron presentados como:

- Base identificable y creciente de conocimientos y habilidades, tanto teóricos como metodológicos (estudios de eventos y fundamentos de gestión).
- Investigación de apoyo en el campo (para teoría, metodología y enseñanza) identificando y analizando la literatura existente en la industria de eventos.
- Departamentos académicos dedicados a la gestión / estudios de eventos u otras fuentes de identificación para grupos de expertos en eventos.
- Planes de estudio integradores (no solo por tipo o configuración).
- Una gama completa de programas académicos (grado, posgrado y de investigación).
- Asociaciones claves para desarrollo ejecutivo (académicos y la industria).
- Revistas especializadas de investigación.
- Fondos de investigación asignados a la disciplina.
- Conferencias para académicos y estudiantes; con o sin participación en la industria.
- Apoyo de la industria y aceptación de la comunidad basado en el valor percibido.
- Reconocimiento por otros campos y disciplinas.
- Acreditación de programas académicos por asociaciones profesionales.
- Demanda sostenida de los estudiantes; claras trayectorias profesionales para estudiantes.
- Estatus profesional para profesionales (código de ética, normas formales, licencias u otras regulaciones).

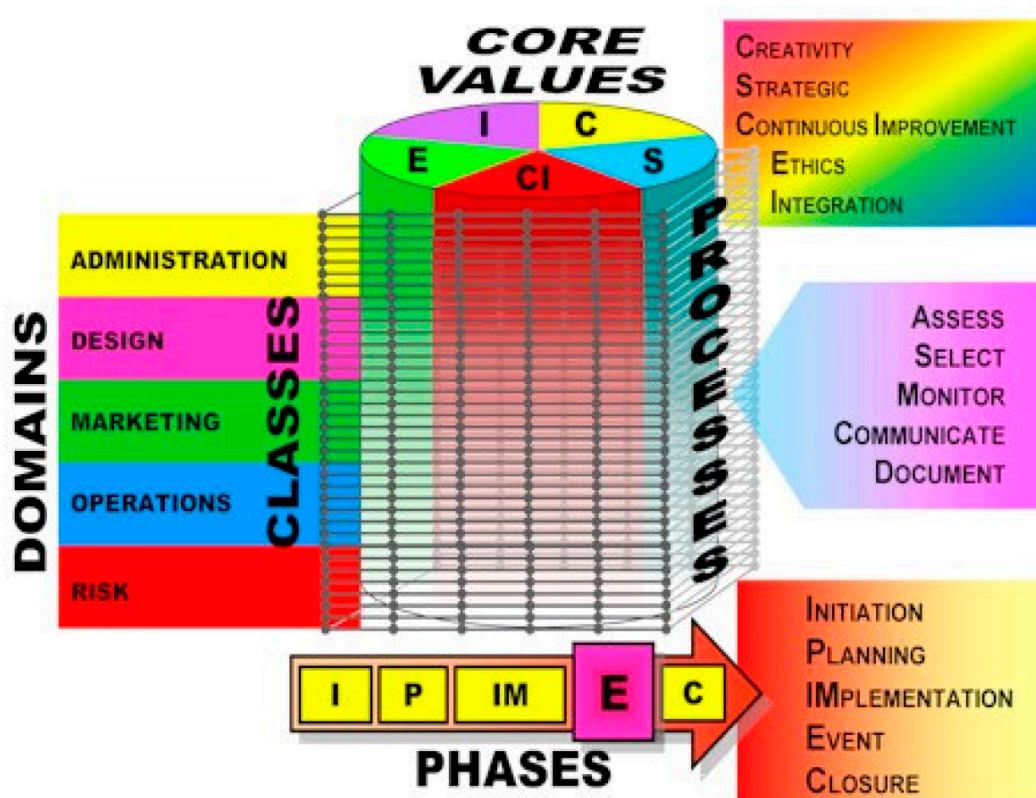
Más adelante, y basado en un análisis de contenido de competencias en programas de certificación de la industria, programas vocacionales y una variedad de libros de texto relacionados con los eventos originados en Australia, Canadá, Sudáfrica, el Reino Unido y los Estados Unidos, Silvers (2004) identificó cuatro dominios clave: administración, operaciones, marketing y gestión de riesgos. Posteriormente, este mismo autor agregó el termino de diseño a estos dominios (Silvers et al., 2006) sugiriendo una clasificación para la gestión de eventos como:

- Gestión financiera
- Gestión de recursos humanos
- Gestión de la información
- Gestión de adquisiciones
- Gestión de sistemas
- Gestión del tiempo
- Gestión de la audiencia
- Gestión de comunicaciones
- Gestión de infraestructura
- Gestión logística
- Gestión del programa de diseño
- Gestión de espacios
- Gestión de los grupos de interés
- Gestión de la producción técnica
- Gestión de hospitalidad
- Gestión del plan de *marketing*
- Gestión de materiales
- Gestión de *merchandising*
- Gestión de promoción
- Gestión de ventas
- Gestión de los patrocinios
- Gestión del *compliance*
- Gestión de emergencias
- Gestión de salud y seguridad
- Gestión de seguros
- Gestión legales y éticas
- Gestión de la evaluación de riesgos
- Gestión de la seguridad

Ante estos avances y ante la necesidad de crear profesionales en la gestión de eventos en 2004 se creó un modelo para la gestión de los conocimientos, competencias y valores

necesarios para un director de un festival, este modelo se conoce como EMBOK (*Event Management Body Of Knowledge*) (figura 9) el cual estructura una serie de pautas a tener en cuenta por parte de las diferentes ofertas de estudio en este campo.

Fig. 9: Modelo internacional EMBOK.



Fuente: Bowdin, McPherson y Flinn (2006).

Esta tesis toma como referencia este sistema EMBOK, ya que en él se define un marco que consta de una variedad de facetas que intentan representar los fundamentos de la gestión de eventos y que son extrapolables a la gestión del festival de folklore. El EMBOK (desarrollado por Bowdin, Goldblatt, Gonzalez, Landey, Nelson, O'Toole y Silvers) reúne las funciones de la gestión de eventos con el proceso de planificación y organización de eventos,

así como proporciona una estructura que facilita la recopilación, análisis y recuperación del conocimiento que rodea a la gestión de eventos.

Los cinco aspectos principales de EMBOK incluyen las fases, dominios, procesos, valores centrales y áreas de conocimiento. En su conjunto éstos representan el alcance de la gestión de eventos y proporciona las categorías primarias de un sistema de gestión del conocimiento o un sistema de gestión de eventos.

Tabla 9: Dominios de conocimiento EMBOK y Clases

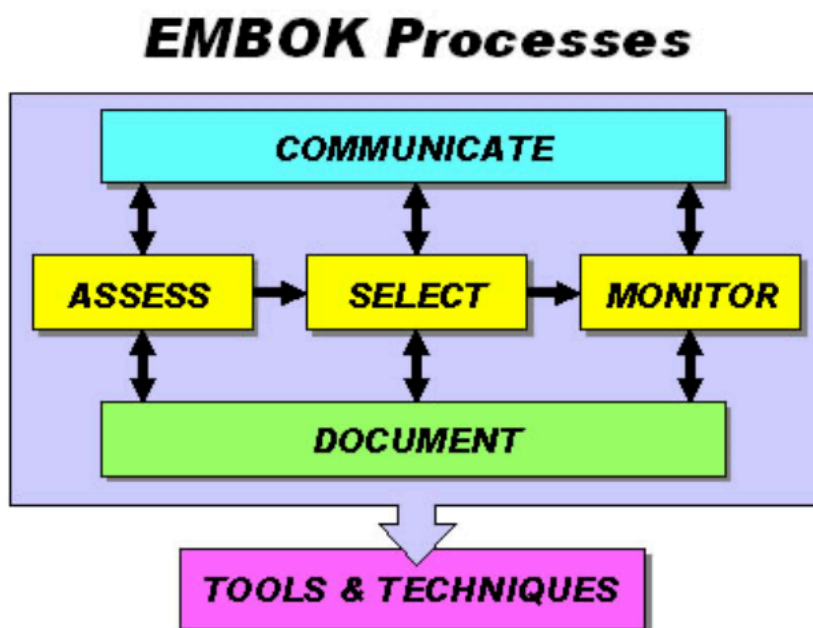
Administración	Diseño	Marketing	Operaciones	Riesgo
Financiera	<i>Catering</i>	Plan de <i>marketing</i>	Asistentes	<i>Compliance</i>
Recursos humanos	Contenido	Materiales	Comunicaciones	Emergencia
Información	Entretenimiento	<i>Merchandising</i>	Infraestructura	Salud y seguridad
Adquisiciones	Entorno	Promoción	Logística	Seguros
Grupos de interés	Producción	Relaciones públicas	Participantes	Legal y ética
Sistemas	Programa	Ventas	Lugar	Análisis de decisión
Tiempo	Tema	Patrocinio	Técnicas	Seguridad

Fuente: Silver et al., (2006)

Las fases reflejadas en EMBOK ilustran la naturaleza secuencial de la gestión de eventos, destacando la importancia del tiempo en este tipo de organizaciones. Las fases incluyen la iniciación, la planificación, la ejecución, el evento y el cierre, y se derivan de la terminología tradicional de la gestión de proyectos.

Por otro lado, los procesos de EMBOK ilustran tanto el sistema secuencial como el iterativo que promueven un curso completo de acción, así como un enfoque dinámico de la evolución de eventos. Los procesos incluyen la evaluación (el cual incluye la identificación y el análisis), la selección, el seguimiento, la comunicación y la documentación y se basan en el sistema de procesos, sistema ampliamente aceptado.

Fig. 10: Procesos de EMBOK.



Fuente: Embok.org

Los valores centrales de EMBOK especifican aquellos principios que deben ser infundidos a lo largo de todas las decisiones relativas a cada elemento, fase y proceso de un evento para asegurar que las decisiones tomadas facilitan resultados exitosos y sostenibles. Estos incluyen la mejora continua, la creatividad, la ética, la integración de proyectos y el pensamiento estratégico. Estos valores son igualmente vitales para la excelencia en la gestión de eventos, por lo que no existe ninguna jerarquía entre ellos.

Los dominios de EMBOOK representan las áreas generales de actividad o las funciones generales dentro de la gestión de eventos e ilustran el alcance de las responsabilidades asignadas a los organizadores de eventos, así como las categorías adecuadas para una estructura organizativa o la gestión efectiva de los conocimientos. Al igual que los valores centrales, los dominios no tienen una aplicación secuencial y, por tanto, no llevan implícita ninguna jerarquía.

El dominio dedicado a la administración se ocupa fundamentalmente de la adecuada asignación, dirección y control de los recursos utilizados en un evento. Dado que los recursos son limitados por definición, es imperativo que sean adquiridos, desarrollados y utilizados en la forma más eficiente y eficaz para beneficiar al propio evento. Dentro de la administración están la dirección de áreas como finanzas, recursos humanos, información, adquisición, accionistas o agentes del evento, sistemas y tiempo.

El dominio que hace referencia al diseño se centra en la interpretación artística y la expresión de las metas y los objetivos del evento y sus dimensiones experienciales. Los elementos desarrollados dentro de cada área funcional se combinan para crear la experiencia del evento. Dentro del diseño se encuentran las áreas de catering, contenido, entretenimiento, medio ambiente, producción, programa y tema principal del evento.

El dominio de marketing se ocupa de las funciones que facilitan el desarrollo del evento, cultivando el apoyo económico y político necesario y dando forma a la imagen y el valor del evento. La naturaleza del evento como experiencia requiere una profunda comprensión de la relación única que se crea entre el “comprador” y el “vendedor” con este “producto” intangible.

Este dominio se ocupa del desarrollo y la gestión de áreas como el plan de *marketing*, materiales, *merchandising*, promoción, relaciones públicas, venta y patrocinio.

El dominio de operaciones se concentra en las personas, productos, equipamiento y servicios que se reúnen para producir el evento, así como las funciones, responsabilidades, aplicaciones y maniobras asociadas a cada uno de ellos. Esto requiere la coordinación impecable de todos los elementos con el fin de gestionar todos los requisitos logísticos y funcionales y expectativas involucradas. Por tanto, este dominio se ocupa de la gestión de los asistentes, comunicaciones, infraestructura, logística, participantes, lugar y técnica.

El dominio de riesgos se ocupa de la protección de obligaciones, oportunidades y aspectos legales asociados tradicionalmente con cualquier tipo de empresa, incluyendo los eventos. Estas áreas están íntimamente relacionadas con cada elección y actividad llevada a cabo y son cada vez más un requisito solicitado por las partes interesadas, desde autoridades reguladoras hasta consumidores de eventos más exigentes. Este dominio es responsable, por lo tanto, de la gestión del cumplimiento, gestión de decisiones, gestión de emergencias, gestión de las condiciones de trabajo, gestión de seguros, gestión jurídica y legal y la gestión de seguridad.

El EMBOK tiene como objetivo ayudar a que existan mejores profesionales en la industria y que sean reconocidos como tales. La ilustración del alcance y la complejidad de esta profesión a todos los componentes internos y externos y partes interesadas, profesionales actuales y futuros e industrias aliadas y proveedoras hace que aumente el respeto y la

veneración tanto por la profesión de la gestión de eventos en sí misma como de las habilidades y conocimientos especializados que se requieren para ello.

Teniendo en cuenta de la importancia del modelo EMBOK que permite tomar las decisiones y seguir un esquema paso a paso es importante también adentrarse a la parte operativa del festival donde se lleva a cabo la producción de este, a partir de las estrategias que fueron definidas en el capítulo anterior.

### 3.1.2 Organización del festival de folklore

La producción de un festival de folklore lleva consigo un importante proyecto. Para ello es determinante llevar a cabo una serie de técnicas de gestión que van a ayudar a desarrollar el evento. Las fases involucran un comienzo, la planificación, programación, ejecución del evento, además de la seguridad y el desmontaje de este. El principal objetivo es integrar todos los planes de la dirección en diferentes áreas de trabajo.

Proyecto:

Según Gray y Larson (2002) el proyecto es un complejo esfuerzo no rutinario con un tiempo limitado, un presupuesto, unos recursos y unas especificaciones de trabajo diseñadas para satisfacer las necesidades del cliente. En esta etapa se va a definir la programación, organización, dirección y control del festival de folklore. El proyecto de gestión de creación de un festival de folklore incluye todos los procesos para crear el evento además de su puesta en escena. El proyecto de un festival puede variar su duración dependiendo del evento, pero suele rondar en torno a un año.



O'Toole y Mikolaitis (2002) describen las ventajas de usar el proyecto para cualquier evento:

- Se trata de una propuesta sistemática que puede ser mejorada con cada edición.
- Se evita el riesgo de que el éxito del evento dependa de una única persona.
- Se utiliza una terminología común que facilita la comunicación.
- Asegura la responsabilidad de cada uno de los grupos de interés.
- Ayuda a la preparación del equipo de trabajo.
- La metodología seguida puede extrapolarse a otros proyectos.
- Es común en otros negocios.

El perfil del festival de folklore se define básicamente por la cantidad de artistas extranjeros que proyecta albergar y por la calidad artística de los mismos. Hay que considerar que los festivales de folklore pueden tener en su programación tan solo un grupo internacional el cual será el espectáculo principal y por ende el tiempo total de espectáculo dependerá de este o puede tratarse de un festival multidisciplinar, e incluir otras actividades que complementen el programa.

En este sentido, De León (2011, p. 106) señala también que un festival escénico se posiciona y distingue su perfil por su antigüedad, el contexto, la cantidad y la calidad de los artistas que programa, la cantidad de espectadores que convoca, el nivel de gestión en que se realiza el festival, es decir si se trata de instancias públicas o privadas, universitarias, de asociaciones o sectores comunitarios; los alcances que tiene y los beneficios que genera.

### Planificación:

La planificación de un festival de música lleva consigo el llevar a cabo un proyecto donde hay que tener en cuenta la organización, la creación de diferentes equipos de trabajo: logística, administrativo, operativo y técnico, gestionar con instituciones, contratar artistas, acondicionar espacios, difundir las diferentes actividades, entre otras.

- Contratación de artistas: Normalmente los encargados de la parte artística se ponen en contacto con los managers (si los hubiese) de éstos para cerrar un contrato no remunerado en la mayoría de las ocasiones, a partir del cual el artista participará en el evento a cambio de una contraprestación en hospitalidad y en algunas ocasiones con pequeñas ayudas económicas referenciadas a viáticos diarios (*pocket money*). Los artistas exigen una serie de necesidades de sonido que vienen expresadas en un pequeño bosquejo conocido como *rider* técnico.

- Contratación de proveedores: Relación mercantil con aquellos servicios necesarios para la puesta en marcha del evento. Normalmente se solicita primero un presupuesto sobre el coste de los servicios que se requieren, donde aparecen ciertas cláusulas sobre los datos del servicio. Una vez aceptado, se firma por ambas partes y se lleva a cabo haciéndose el pago de diferentes maneras: por adelantado, después del evento, 50% antes y otro 50% después, entre otras formas.

### Programación:

La programación es una de las etapas más importantes de cualquier evento. Esta está condicionada según los criterios de programación que se apliquen, por la duración en días que tenga, por el presupuesto disponible para la contratación de grupos y artistas, sus condiciones

de participación y disponibilidad para las fechas del evento, así como las características de los recintos a programar y en ocasiones por las políticas de las instancias patrocinadoras (De León, 2011).

Cada festival de folklore programa de la manera que mejor considere. Es destacable que los programadores tengan en cuenta también a los artistas locales para incluirlos dentro del cartel como forma de promoción de estos e incluso también dentro de otras disciplinas, la parte académica o profesional que muchos festivales de folklore han ido incluyendo, a través de conferencias, charlas, talleres u otros.

Para realizar este paso es preciso seguir una serie de criterios selectivos y evolutivos que creen un discurso significativo para el público; conviene presentar siempre alguna novedad, estreno, o sorpresas varias que causen controversia e incluso polémica (De León, 2011).

#### Control del presupuesto:

Como indica Torrents (2005) entre el proyecto y la ejecución del evento se hace realidad aquello que está plasmado en papel y, por tanto, cotejar todo aquello que está basado en hipótesis como es el presupuesto. Existen muchas tareas que se salen del esquema previsto y que suponen una inversión mayor o menor de lo esperado.

Se parte del presupuesto hecho inicialmente y junto a la cantidad estimada de cada partida se va añadir otra casilla que sea la cantidad real y se anotará la desviación realizada de

cada una de las partidas respecto al precio estimado al precio real, esto ayudará a conocer en qué partidas ha sido mayor la incidencia (Gómez, 2015).

#### Aspectos legales:

Dentro de cualquier tipo de evento hay que tener en cuenta los posibles riesgos que pueden surgir a lo largo de su organización. El riesgo puede definirse como la probabilidad de un festival no salga como sus objetivos planteaban. Estos pueden deberse a diversas causas que Berlonghi (1990) categoriza de la siguiente manera:

- **Administración:** la estructura organizacional debe dejar fuera de cualquier riesgo a los trabajadores.
- **Marketing y relaciones públicas:** la promoción debe estar fuera de cualquier riesgo.
- **Higiene:** hay que seguir una serie de planes de prevención. Están relacionados con las concesiones de comidas y las necesidades sanitarias requeridas.
- **Control de multitudes:** normalmente relacionados con los riesgos de multitudes, venta de alcohol y control del ruido.
- **Seguridad:** el plan de seguridad implica todos los riesgos que pueden supeditar el control de cualquier evento.
- **Transporte:** entregas, aparcamiento y transporte público contienen muchos posibles riesgos que deben ser tenidos en cuenta.

Existen diferentes marcos legales que hay que tener en cuenta: desde la utilización de espacios públicos, permisos para acceso a camiones el alto tonelaje, permisos de contaminación acústica, entre otros muchos. En cualquier caso, están todos regulados por el marco local donde se lleve a cabo un festival.

Los contratos, se llevan a cabo con todos los grupos de interés participantes en un festival de música, desde el equipo humano, los proveedores, los artistas, los patrocinadores y también con los medios, en el caso de que lleve a cabo la retransmisión del mismo.

Goldblatt (1997) indica contenidos habituales que un contrato en la industria de eventos precisa contener:

- Los nombres de las partes contratantes, sus datos y los nombres comerciales del servicio que ofrecen.
- Los términos de cambio por cada servicio o producto.
- La firma de ambas partes incluyendo la aceptación de los términos de intercambio y los de las condiciones de contrato.
- Algunas de las cláusulas que puede incluir son: términos financieros, cláusula de cancelación, tiempo de contratación, derechos y obligaciones de cada parte y las descripciones de los servicios intercambiados. (p.130)

Otra de las cuestiones que hay que tener en cuenta son los seguros. Como indica Campos (2008) los profesionales de la organización de actos han de conocer perfectamente la legislación en materia de seguridad y de responsabilidad civil. Las empresas organizadoras deben contratar de forma obligada una serie de seguros, como el de responsabilidad civil, y según el tipo de eventos, otra serie de seguros que garantice respuesta ante accidentes, contingencias meteorológicas, entre otros. Los seguros de Responsabilidad Civil se pueden realizar con cualquier aseguradora con un coste que ronda los trescientos euros por cada tres mil asistentes).

También hay que tener en cuenta que la reproducción de cualquier obra protegida por la Ley de Propiedad Intelectual conlleva el pago de derechos de autor. La utilización de estos recursos debe ser autorizado por el órgano competente en cada país, para el caso de España es la SGAE (Sociedad general de autores de España. [www.sgae.es](http://www.sgae.es)), por lo que los presupuestos tienen que contemplar las tasas que se aplican por esta entidad para cada tipo de actividad (Campos, 2008). Los festivales de folklore se encuentran dentro de los conciertos y los espectáculos donde se hace uso de música comercial, en ocasiones arreglada al formato de festival.

“En este sentido aun existe un vacío legal, pues las representaciones artísticas manifiestan que la música tradicional o folklórica es parte del legado cultural de sus pueblos y no tiene porque incurrir en rubros de propiedad intelectual, pero esto varía acorde a cada país, y aun existe procesos jurídicos en cuanto a este uso de músicas tradicionales que deben ser estudiadas” (Entrevista Fabrizio Cattaneo-Italia. Secretario IOV world).

#### Producción:

La producción supone realizar en tiempo, lugar y costo todas las actividades que ejecutan los miembros de cada equipo de trabajo que para organizarse utilizan rutas críticas, planes de trabajo y cronogramas que permiten reconocer fácilmente las acciones a realizar, a los responsables de cada actividad y el tiempo destinado a cada tarea. Es importante resaltar que en esta fase se llevará a cabo todo lo necesario para que la programación se cumpla en términos operativos, técnicos y logísticos. Cuando se refiere a operativo es todo aquello que tiene que ver con las finanzas y lo normativo, a lo técnico se refiere a la infraestructura

necesaria para llevarse a cabo el festival, partiendo del espacio y de las necesidades de éste y todas las necesidades técnicas que surgen a hora de la puesta en escena; y la logística a todas aquellas necesidades que surgen de los artistas y trabajadores: alimentación, transporte, hospedaje, entre otros. (De León, 2011).

De la misma forma, Gómez (2015) sugiere que durante esta etapa se van a utilizar diferentes documentos, los cuales van a facilitar el trabajo en las diferentes áreas. Es importante la recopilación de información necesaria acerca del festival: por un lado, sobre el festival, como es la ficha técnica del espacio, directorio de los equipos de trabajo, *backline* (listado de instrumentos musicales, amplificadores y elementos comunes a todos los grupos), directorio de proveedores, normativa, planos de evacuación, planos del espacio, personal técnico, entre otros muchos. Y, por otro lado, recopilación de información sobre los artistas participantes como son los contratos, los *riders* técnicos, itinerarios, *riders* de hospitalidad, entre otros. Es importante también trabajar con software que permita manejar toda la información, al tiempo que se convierta en accesible para todos los miembros del equipo que precisen disponer de ella. Los diferentes equipos trabajaran con su propia información, la cual incluirá los datos relevantes para su labor: horarios, pruebas de sonido, actuación, comidas, hoteles, etcétera.

Como indica Campos (2008) la producción tiene tres etapas: pre-producción, producción y postproducción. En la primera, pre-producción, se parte de un bosquejo inicial, la fijación de objetivos, la localización, la idea y la propuesta. En la fase de producción se incluye el plan de recursos humanos, la visita de prospección, el plan de necesidades, la gestión de proveedores, la planificación temporal, y la puesta en escena; y en la postproducción estaría el desmontaje y evaluación de la producción.

Siguiendo a Gómez (2015), dentro de la preproducción, las tareas son principalmente crear la idea a partir de unos objetivos, fijación de más objetivos, búsqueda del espacio adecuado para el festival. La selección del lugar (espacio físico donde se realizará el evento) es posiblemente una de las actividades más relevantes de planificación y éxito del evento (Goldblatt, 2000). Hay que considerar que el espacio va a ser parte de la imagen del festival, y que su adecuación a las necesidades del festival es determinante. A continuación, se crea una idea del plan de producción y se presenta una propuesta. Dentro de la producción, hay que incluir un plan de recursos humanos, donde cada área de trabajo estará supervisada por un coordinador y donde se realizará turnos de trabajo, normalmente divididos en noche y día durante el evento debido a las tantas horas de trabajo. A continuación, Getz et al., (2006) destaca la fase de gestión con proveedores, uno de los grupos de interés con los que se deber mantener una comunicación eficiente. Es importante tener una base de datos donde aparezcan todos los contactos, envío de la información pertinente para las necesidades requeridas para el festival. Una vez supera esta fase, se pasa a la etapa de negociación y, por último, la contratación. La comunicación es determinante con todos los grupos de interés, tanto la interna, dentro de la organización, como la externa, sobre todo en la primera etapa de búsqueda de instituciones o agentes que ayuden con la realización del proyecto (Getz et al., 2006). Asimismo, la coordinación entre todos los grupos de interés debe ser la adecuada, manteniendo las reuniones y encuentros pertinentes. Es importante tener un listado con todas las necesidades que se precisen, el plan temporal de trabajo que se va a necesitar para cada una las fases y áreas, así como, la puesta en escena. Por último, en la fase de post-producción tiene que existir un plan de trabajo de desmontaje y una evaluación del trabajo realizado en las diferentes áreas de producción.



Torrents (2005) denomina El día D a la ejecución del proyecto, que está limitada por el tiempo. El proceso de producción llega a su momento culminante donde todas las incidencias deben haber sido resueltas y comienza la cuenta atrás para el día del evento. El cumplimiento de la planificación debe ajustarse lo máximo para que no haya imprevistos. Una vez comenzado el evento todo debe fluir solo. Todo debe ajustarse al guion de regiduría, donde constan todas las actividades: comienzo, entrada de efectos, proyecciones, artistas, entre otras muchas.

Evaluación:

Una vez finalizado el festival es necesario conocer una valoración de este que, en la mayoría de los casos se queda en una valoración intuitiva.

La evaluación de los festivales, en la mayoría de los casos, parte de una valoración personal por parte de la organización. Entonces ¿por qué el mundo de los eventos se maneja con esta frivolidad a la hora de valorar el resultado de sus acciones? Quizás sea porque es una herramienta nueva, excitante, muy gratificante para quien la vive de cerca y que por sí sola es capaz de dar muchas satisfacciones de forma inmediata (Torrents, 2005).

Los métodos más habituales para la evaluación son los siguientes:

- Encuestas posteriores al evento.
- Comparación de encuestas anteriores y posteriores.
- Entrevistas en profundidad.
- Reuniones de grupo.
- Encuestas telefónicas.

Getz (2005) expone que la evaluación es un proceso que ocurre durante todas las fases de la organización del evento e identifica tres periodos clave:

1) Evaluación del pre-evento: algunas de las partes de la evaluación se deben realizar desde la búsqueda y planificación del evento. Esto es en ocasiones denominado el estudio de viabilidad que determina el nivel de recursos que el evento requiere y si procede o no llevar el evento a cabo.

- Monitorización del evento: es el proceso de seguimiento del desarrollo del mismo en las diferentes fases de ejecución. La venta de entradas puede ser un signo para conocer si se deben incrementar las campañas de publicidad. Esta observación puede ser fruto de importantes cambios en la ejecución del evento.
- Evaluación del post-evento: es la forma más común. Se realiza mediante el análisis de estadísticas o datos del evento.

Evaluar los resultados de un evento no sólo significa aprovechar al máximo el potencial de tal herramienta, sino que permite poder comparar su eficacia con otras herramientas alternativas, y por tanto, ampliar el muestrario de armas con el que una empresa cuenta a la hora de enfrentarse con su entorno (Torrents, 2005).

### 3.2. Aproximación al artista participante del festival de folklore

Como se ha dicho en capítulos anteriores, el artista participante del festival de folklore es el instrumento por el cual se conserva y se transmite el patrimonio cultural inmaterial, es quien hace posible su visualización a través de un marco artístico ofrecido por el festival. En esta aproximación haremos un breve estudio sobre la figura del artista en los estudios académicos, específicamente en música y danza, así como una mirada global a las enseñanzas del folklore y su inmersión dentro de los estudios clásicos.

Las expresiones artísticas que suceden en el festival de folklore usualmente son apreciadas desde los aspectos de la tradición. La mayoría de las presentaciones son identificadas como “folclóricas” pues vienen de una cultura tradicional que son aprendidas en un ambiente no académico, en el intercambio tradicional “cara a cara”, a la vez que son vistas como sinónimas de expresiones étnicas, pues vienen de las comunidades tradicionales unidas por lazos relacionados con las ocupaciones, la región, la religión, generación, política, economía o la familia (si bien existió un debate continuo sobre la definición del arte folclórico, el cual fue tomado por la convención del patrimonio inmaterial de la UNESCO en 2003 como patrimonio cultural inmaterial, el termino folklore -folclore o folklor- aun sigue manteniéndose para el momento del festival, pues denota una historia de tradición y los festivales han decidido conservarlo). (Congdon, 1998).

Los inicios de las expresiones folclóricas tienen su origen desde la misma historia de las civilizaciones con cantos y danzas tradicionales como formas de expresión en una comunidad que corresponde a una forma ritual. Posteriormente con la colonia en América se concibe una mezcla de culturas y se genera un “nuevo folklore”, estas nuevas formas fueron identificadas como nuevos fenómenos de inmigración europea quienes continuaron sus costumbres en América.

En algunos contextos, el arte folclórico es visto como algo rural, no alfabetizado, pobre y como algo aislado, esta aproximación surgió probablemente de la forma europea de identificar artistas populares como campesinos (Congdon, 1998).

En este sentido, desde una aproximación antropológica, en América, los estudios de folklore han sido desarrollados como parte de la cultura y no es hasta el siglo XIX cuando se determina el folklore como una materia de estudio propia referida al estudio de las poblaciones campesinas provenientes de Europa, y se relegó el estudio de los pueblos nativos americanos u otros pueblos no europeos, que se clasificaron como salvajes o primitivos, como dominio propio de la etnología (Zumwalt, 1998).

Es en ese entonces cuando se reconoce el término folklorista relacionado con la persona que se dedica al estudio del arte folclórico (al menos en América), término que se mantiene aun en el medio de estudio y en la literatura referente a este campo. En principio el folklorista es quien estudia las artes tradicionales, viaja y reconoce estas formas de vida en las músicas, las danzas, las tradiciones etc., (Zumwalt, 1998; Crespián, 2011), y las describe como método de preservación y autenticidad o en la compilación de material para el estudio académico. Es así como, posteriormente, se crea la *American Folklore Society* en 1888 con el fin de darle un énfasis científico a los estudios del folklore como subcampo de la antropología, y se lanza la revista científica “*Journal of American Folklore*” que continua aun vigente, con publicaciones trimestrales cubriendo mas de una treintena géneros en el folklore (Staub, 1998), incluyendo la danza y la música folclórica, que componen la parte artística del objeto de estudio de esta tesis.

En el campo académico, los primeros cursos de folklore de los que se tiene registro fueron introducidos en universidades Americanas y Canadienses en la década de 1920 y 1930, posteriormente en 1940, se lanza la primera licenciatura de folklore por la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill que incluyó posteriormente un “*Master of arts*” y un

“Doctoral minor”, su investigación en folklore hoy en día es reconocida por los estudios en las canciones folclóricas y los estudios de vida folclóricos de la zona sur del estado (Baker, 1998). De aquí en adelante, paulatinamente, los cursos de folklore fueron expandiéndose, al igual que los departamentos de folklore y los centros de folklore en colegios mayores y universidades en América incluyendo másteres y programas de doctorado que contienen investigaciones en folklore, pero pocos programas de otorgamiento de títulos en folklore se han desarrollado desde entonces. La mayoría de los cursos de folklore se imparten en departamentos distintos de folklore, típicamente en departamentos de inglés y antropología o en programas de “American studies” en los Estados Unidos y en departamentos de antropología e historia en Canadá (Baker, 1998).

### 3.2.1 Danza folclórica

En el campo de la danza folclórica, el termino danza se entiende generalmente como un tipo de sistema de movimiento estructurado, pero no universal que implica el uso creativo del cuerpo humano en el tiempo y el espacio de una manera que formaliza e intensifica la experiencia y comunicación kinestésica a través de modismos culturalmente distintos que se distinguen como tales dentro de unas sociedades particulares. El termino "*folk*" es aplicable a cualquier forma de baile transmitido a través de los procesos tradicionales de transmisión oral de generación en generación, pero el término "baile folclórico" se identifica más estrechamente con los bailes que se crean y expresan la identidad de un grupo o comunidad, especialmente aquellos grupos con historias de prácticas rurales y campesinas que representan identidades étnicas nacionales (Quigley, 1998).

La danza folclórica tiene una gran variedad de manifestaciones: estas pueden ser encontradas como una práctica inconsciente propias de un lugar, o puede aparecer como una coreografía elaborada y una representación escenificada de tales formas; estas también pueden ser practicadas de una manera más o menos formal como una actividad recreativa (Quigley, 1998).

En el campo de la investigación en danza, Ronström (1997: 182) afirma que, a través de los años, los estudios de la danza folclórica han perseguido muchos objetivos simultáneamente. Ha habido una gran diferencia entre los estudios que hacen énfasis en los aspectos estructurales de la danza como tal (formas, tipos, estructuras) y aquellos que hacen énfasis en la danza como cultura (funciones y significados de danza y bailar). También ha habido una notable diferencia entre el enfoque de investigación histórico desarrollado en Europa que se cuestionan en el origen, la distribución y han hecho énfasis en la salvaguardia y documentación, por una parte, y por la otra las investigaciones inspiradas en la antropología y la lingüística que han dominado en América.

Aunque investigadores europeos han intentado enfocarse principalmente en las tradiciones de la danza folclórica de sus propios países de origen, muchos de los investigadores en América han puesto más atención en las danzas nativas americanas o de los pueblos de Europa y el sudeste asiático. Como resultado, muchas de las investigaciones en danzas folclóricas europeas han tendido a ser, implícita o explícitamente, pre condicionadas por ideologías nacionalistas y muchas de las investigaciones en Estados Unidos, han tendido a carecer de profundidad histórica y a describir la danza como un reflejo de otros aspectos de la cultura.

En este sentido, Megías (2009) establece una serie de dificultades que se encuentran comúnmente para la investigación en la danza y que es extrapolable al folklore, pues afirma que investigar la danza en cualquiera de sus aspectos, ha sido siempre más difícil por diversas razones:

- La primera es la falta de bibliografía básica, tanto nacional como internacional.
- La segunda es el carácter efímero de la danza y la falta de tradición oral, así como de medios audiovisuales (hasta recientemente), que hayan sido su “memoria”. Agnes de Mille, bailarina norteamericana, dijo metafóricamente que la danza “está escrita en el aire”.
- La tercera es la falta de reconocimiento de la danza como una disciplina académica per se, y siempre dependiente y supeditada a las otras artes (música o teatro). Según afirma Monés I Mestre (1999), al no considerarse la danza tradicionalmente materia de estudio, nunca se ha avanzado lo necesario.
- El hecho de que la danza haya sido históricamente un arte feminizado repercute en la información parcial que podemos obtener al respecto, ya que la historia de las mujeres ha sido invisible hasta hace muy pocos años. Además, teorizar sobre el cuerpo ha sido subversivo y peligroso para la sociedad occidental, capitalista, dominada por hombres de raza blanca que han asociado cuerpo a mujer, reproducción o pecado (Martínez del Fresno, 2000).

Las dificultades se agudizan en España, donde además de no contar con una tradición significativa en el estudio científico de la danza, tampoco tenemos una licenciatura específica, ni un ciclo superior en la investigación sobre danza en la universidad, ni apenas asignaturas complementarias dentro de otras titulaciones (Martínez del Fresno, 2000).

Estas desventajas se hacen evidentes en el volumen de trabajos científicos y de investigación realizados y publicados, en la importancia social que a este tipo de investigaciones se le concede y en la formación de investigadores y de áreas científicas especializadas. Hay por tanto una débil teorización de la disciplina. Además, En España el hecho de que los estudios en danza no se consideren universitarios restringe la lógica evolución de la investigación, puesto que dicha vía ha estado siempre vinculada y ligada a los estudios de carácter universitario (Megías, 2009). En este mismo sentido, y aunque aun es un tema de debate, Gómez y Giménez (2015) presentan avances desde la legislación a la situación del profesorado (Giménez, 2012) para la optimización y adecuación de las enseñanzas artísticas superiores al marco universitario español, para garantizar la calidad de estas enseñanzas al espacio europeo de educación superior.

En la práctica, los folkloristas tradicionalmente han estructurado su investigación en danza folclórica como una búsqueda personal o antropológica a las tradiciones, básicamente se trata de una observación participante *in situ* del fenómeno de la danza en su lugar de origen, donde recaban información y posteriormente las transmiten por dos caminos; el antropólogo lo enmarca en un campo académico y el folklorista en un campo de acción mas artístico, en este sentido esta información pasa al grupo folclórico quien lo enmarca en una coreografía autentica, elaborada o estilizada para ser representada en un escenario.

### 3.2.2 Música folclórica

El campo de la música folclórica es un poco menos problemático que el de la danza, pues la música conlleva una connotación más universal y ha supuesto un desarrollo paralelo



con el de la historia. Muchas de los desarrollos de la música vienen inspirados en el folklore, permitiendo así, la búsqueda y creación de nuevos formatos de comunicación musical.

La música folclórica hace referencia a música cantada, con o sin textos verbales, o música interpretada en instrumentos musicales autóctonos en términos de representaciones artísticas. Perspectivas contemporáneas refuerzan la idea de que la música folclórica, cualquiera que sea su origen y su uso previo, puede ser considerada como tal cuando ésta se usa primariamente para el gozo y regocijo de artistas y audiencia en un ambiente distinto al comercial, es decir, se asocia típicamente a lo popular y no a una elite, esto basado en la cultura occidental (Rosenberg, 1997).

En un principio, el estudio de la música folclórica pretendía ser posicionada en un esquema clásico (con las connotaciones de la escuela clásica) pero este hecho no tuvo mucho sentido pues variaba en términos de música modal o armónica y no sigue un patrón fácilmente identificable (Rosenberg, 1997).

Renwick (1998) afirma que la música folclórica hace referencia a unos versos tradicionales cantados que exhiben las características compartidas de otro tipo de folklore. Son representaciones naturales, habituales encuentros ocasionales de grupos de trabajo, ocio, ritual y juegos; manteniendo las identidades sociales de sus participantes, vecinos, parientes o compañeros y no constituye algo exclusivo del artista o miembro de la audiencia; tiene una característica social mas que un significado personal; hace referencia al regocijo y tiene relevancia directa con la “vida real”; expresa una continuidad en el tiempo junto con la

adaptabilidad de cada contexto de representación; y se basa en gran medida en una forma estilizada y en un contenido reutilizable.

El “*International Folk Music Council*” (IFMC) describió la música folclórica como “el producto de una tradición musical que se ha desarrollado a través del proceso de transmisión oral”, un proceso que implica continuidad, variación y selección comunitaria.

En la práctica, la música folclórica ha jugado, juega y jugará un papel importante dentro de la connotación de cultura de cada país, no hay que olvidar que los nuevos artistas toman elementos musicales de las tradiciones y los retoman en las nuevas melodías, además los festivales promueven este intercambio. No hay que olvidar que existen festivales dedicados a esta función de preservar las músicas tradicionales, un ejemplo de ello es el festival Petronio Álvarez en Colombia que promueve la difusión de la música del pacífico colombiano y ecuatoriano, o los festivales de flamenco en Andalucía-España que enmarcan este género folclórico que aun sigue teniendo un gran éxito comercial, o los festivales de blues y jazz originarios de Estados Unidos como espacios de integración aun mantienen sus programaciones basadas en la música folclórica.

### 3.2.3 Grupo folclórico

En esta tesis nos referimos al grupo folclórico como aquel grupo social que se reúne para compartir cultura, se trata de artistas y personas de una sociedad que por inquietudes personales, de ocio o artísticas diseñan, crean y promueven elementos artísticos en torno al folklore, estos elementos pueden variar desde la creación de coreografías a partir de estudios previos de folklore hasta la creación de elementos tangibles de su representación como

mascaras y vestuarios alegóricos a una danza o música tradicional. Desde un punto de vista sociológico, el mismo termino “folclórico” designa un grupo de personas cuya relación se caracteriza por la cohesión y por seguir unos patrones grupales como el tamaño, el propósito, la duración, la comunicación, la interacción, el tipo de control social y el grado de exclusividad (o que tanto la vida individual de los miembros está envuelta en las actividades del grupo) propios de una interacción social (El-Shamy, 1997).

El grupo folclórico participante de los festivales de folklore suele tener ciertas características especiales:

- Geográfico: Su componente artístico hace parte de un colectivo social perteneciente a la misma zona geográfica, los cuales hacen alegoría al patrimonio inmaterial de su región.
- Familiar: La mayoría de los grupos parten de inquietudes familiares y sus saberes han sido transmitidos de generación en generación, esto se evidencia sobretodo en la tradición musical en el que el abuelo transmite su conocimiento musical al padre y este a su vez a su hijo, quienes a su vez rememoran aspectos cotidianos de la vida, la región, o el amor.
- Investigación: En cuanto al estudio particular de las danzas, tradicionalmente los directores de los grupos, en su interés por conocer las tradiciones de sus países han realizado estudios etnográficos en regiones los cuales han incorporado en sus coreografías para ser transmitidas en los festivales de folklore<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Afirmación tomada de las entrevistas realizadas a distintos grupos artísticos durante el desarrollo de esta tesis. ver Capitulo metodología.

- Gestión: La gestión artística esta muy bien definida, con una definición jerárquica en coreografías y en música, sin embargo, la gestión económica depende del director de la agrupación, igualmente ocurre con la gestión de giras y festivales a participar al no existir la figura de mánager, los artistas son los que intentan realizar este trabajo.
- Profesionalización: No suele haber miembros del grupo con un grado profesional en música o danza. es uno de los temas pendientes en el ámbito folclórico al no existir suficiente oferta de programas folclóricos en conservatorios de música o danza su profesionalización va a depender de evaluaciones que las mismas organizaciones de folklore pueden llegar a crear y varia de cada país y región<sup>7</sup>.

A las diferentes actividades comunes de un grupo folclórico en su lugar de origen, se deben sumar todas aquellas relacionadas con la participación en festivales, como la gestión de transportes, alojamiento, comidas, diversión, etc. Es por esto por lo que desde la década de los 70, se crean organizaciones vinculadas exclusivamente a la difusión de estas expresiones artísticas y a la organización de festivales de folklore.

### 3.2.4 Organizaciones de festivales de folklore

Una organización surge cuando dos o más personas se comunican y contribuyen con acciones para lograr un propósito común. Esto ocurre con el nacimiento de muchos eventos y celebraciones festivas (Owen, 1997), y para el caso de festivales de folklore no es la excepción, estas organizaciones nacen con el propósito de preservar las tradiciones populares con la organización de talleres, seminarios, congresos y sobretodo festivales de carácter internacional.

---

<sup>7</sup> Afirmación tomada de las entrevistas realizadas a distintos grupos artísticos durante el desarrollo de esta tesis. ver Capitulo metodología.

Las principales organizaciones tratadas en esta tesis son IOV, FIDAF y CIOFF, pues son estas las que mayor cantidad de festivales alberga y cuentan con un ente organizacional definido y reconocido por la UNESCO. Las principales características se enuncian en la tabla 10.

Tabla 10: Resumen principales características de las mas importantes organizaciones de festivales de folklore.

Items	IOV	FIDAF	CIOFF
Dirección web	www.iov.world	www.fidaf.net	www.cioff.org
Multilinguaje	10 idiomas	3 idiomas	3 idiomas
Año creación	1979	2012	1970
Ámbito	Mundial	Mundial	Mundial
Ámbito mayoritario	Países árabes	Países asiáticos	Europa y Latinoamérica
Especialidad	Festivales de danza e investigación	Festivales de danza	Festivales de danza y juegos tradicionales
Estado organización	En proceso de crecimiento	En proceso de crecimiento	Afianzado
Eventos importantes	-----	-----	Folkloriada. cada 4 años
Festivales	≈ 200	≈ 140	≈ 350
Trabajos	Edición de revista de folklore trimestral. Carácter científico en 3 idiomas. y congreso científico	-----	-----
Diseño web	Presentación (organización, miembros, festivales y actividades) membresía	Presentación (organización, miembros, festivales y actividades) blog de noticias	Presentación (organización, miembros, festivales y actividades) estructura, definiciones y blog de noticias

Fuente: Elaboración propia.

Los miembros de estas organizaciones son a su vez, artistas, directores o managers que persiguen la misma finalidad, es por esto por lo que hacer parte de estas organizaciones

conlleva perseguir objetivos comunes de intercambio cultural, además de que estrecha lazos de cooperación<sup>8</sup>.

Un resumen de las misiones de estas organizaciones se presenta a continuación:

- CIOFF: Desde 1970, CIOFF trabaja para la salvaguardia, promoción y difusión de la cultura tradicional. A través de sus actividades, CIOFF pretende lograr los siguientes objetivos:
  - Promocionar el patrimonio intangible, a través de formas de expresión tales como la danza, música, juegos, rituales, costumbres y otras artes.
  - Cumplir los objetivos de la UNESCO.
  - Apoyar las actividades de sus miembros y de aquellas organizaciones no gubernamentales que trabajan en áreas de folklore y patrimonio cultural.
  - Servir a la causa de paz y no violencia a través de la implementación de las actividades arriba mencionadas.

Actualmente, la afiliación al CIOFF mundial comprende 105 países de todo el mundo, cuenta con 63 Secciones Nacionales, 21 Miembros Asociados, 3 Miembros Socios y 18 Miembros Correspondientes.

Se estima que más de 1 millón de personas, incluyendo unos 30.000 grupos folklóricos de música y baile y organizaciones de artes populares estén asociados con CIOFF a través de sus Secciones Nacionales Mundiales de CIOFF.

---

<sup>8</sup> Entrevista a Javier Rodrigo-Director IOV Europe

- IOV: La misión de IOV es proteger, preservar y promover todas las formas de arte folclórico y cultura popular como elementos del patrimonio cultural inmaterial, para futuro entendimiento u apreciación de diversidad cultural (ICH), fomentar la comprensión y la apreciación de la diversidad cultural entre todos los pueblos, y así mejorar las perspectivas de paz mundial.

Reconocemos que para que la cultura popular beneficie a las generaciones futuras, no debe sobrevivir solo como recuerdos grabados de generaciones pasadas, sino también en las tradiciones vivas de la gente de hoy.

IOV ha sido acreditada por la Unesco como Centro de Expertos para el Patrimonio Cultural Inmaterial y desea continuar su acreditación a través de su operación.

Desde su fundación en 1979, IOV se ha comprometido a proporcionar motivación y apoyo a organizaciones e individuos involucrados en el estudio, la práctica y la difusión de valores culturales como el folklore, la ciencia e investigación de culturas nativas, el arte popular y todos los demás aspectos del patrimonio cultural inmaterial (ICH).

- FIDAF: La Federación de Festivales Internacionales de Danza fue fundada el 5 de octubre de 2012 para establecer un sistema de cooperación de los festivales de danza de todo el mundo, buscar formas para el desarrollo mutuo, y construir una red global de festivales de danza a través de intercambios entre los famosos festivales de danza de todo el mundo. FIDAF es una organización sin ánimo de lucro formada por

representantes de festivales de danza en los cinco continentes con el objetivo de promover y perfeccionar sus festivales de danza. Sus objetivos son:

- Construir una red global de festivales de danza
- Establecer un sistema de intercambio y cooperación entre los festivales de danza
- Proporcionar una etapa de intercambio de información para grupos de danza y baile expertos en todo el mundo
- Compartir y comunicar las diversas culturas y artes de personas en todo el mundo



## ESTUDIO EMPÍRICO

#### **Capítulo 4: Diseño y metodología**

En este capítulo se presenta el diseño metodológico llevado a cabo para la realización del estudio empírico de la investigación, se detallan las técnicas y los procedimientos empleados para analizar el tema de estudio de la presente Tesis.

Gómez (2018) asegura que “La obtención de conocimientos científicos requiere del aprendizaje sistemático del método científico, tanto como procedimientos destinados a la resolución de problemas específicos, como herramienta para quienes desean ser investigadores y se interesan por la búsqueda de nuevos conocimientos” (p. 231). Así, el capítulo presenta la metodología mixta que se ha utilizado para el estudio, que incluye métodos cuantitativos (cuestionario) y cualitativos (observación participante, entrevistas en profundidad y grupos de discusión) lo que lleva a una triangulación metodológica que es aplicada de manera rigurosa al objeto de estudio de este trabajo (artista participante y director de festival de folklore), los cuales hacen posible la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial.

A lo largo del capítulo se presentará: el proceso de diseño y administración del cuestionario elaborado para la recogida de información, los datos técnicos del mismo, así como el diseño de la observación participante, las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión, los motivos de selección de los actores sociales, el diseño del guion, el proceso de recogida de información y su codificación para el análisis.

La estructura del capítulo se compone de tres partes, en la primera parte se presenta el marco metodológico general de la investigación que sustenta las bases de esta investigación; en la segunda parte, se describen los objetivos e hipótesis que son los pilares que guían la

investigación.; en la última parte, se tratan los aspectos relacionados con la metodología, en él que se presentan las razones, características y proceso de desarrollo de las diferentes herramientas utilizadas, las cuales hacen posible la triangulación metodológica.

#### 4.1 Marco metodológico y paradigma de la investigación

Después de presentar un marco conceptual en los capítulos anteriores, el marco metodológico de esta tesis se centra en la explicación de la estrategia para obtener la información de la realidad estudiada, de esta manera, y con el fin de comprobar de manera empírica a los supuestos derivados en los capítulos anteriores, este trabajo de investigación aborda el estudio de los perfiles de los directores de festivales de folklore a nivel mundial y a los artistas participantes del mismo con el fin de conocer su accionar en torno a la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial.

Para esta investigación se han tenido en cuenta diferentes técnicas de investigación social, partiendo desde el método científico tradicional emanado en las técnicas cuantitativas y por otro el cualitativo utilizado mayormente en las ciencias sociales, se desarrolló así pues el trabajo, el cual se encuentra entre el paradigma neo positivista e interpretativista y se hace necesario plantear una metodología que incluya ambas técnicas, ya que por una parte, esta investigación tiene en cuenta los análisis previos sobre gestión de festivales que responden mayormente a cuestiones del paradigma neo-positivista y por otro el accionar de los objetos de estudio en cuanto a la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial que responden a su vez a un paradigma interpretativista, por lo que se hace necesario el uso de una triangulación.

El análisis se elabora por una parte en base al conocimiento que los directores tienen respecto a los aspectos relacionados con la gestión del festival en comparación con las temáticas del patrimonio inmaterial y si estas derivan algún tipo de acción en su gestión y por otra parte la percepción de los artistas en torno a la valoración del patrimonio inmaterial en los aspectos de creación y divulgación artísticos que llevan a cabo para su representación dentro de los festivales de folklore que participan. Dicho conocimiento y percepción se analiza en diferentes áreas clave que conforman la gestión de un festival y que se ha mencionado en los capítulos del marco teórico. Estas áreas hacen referencia a la gestión, al gestor, la organización, la tecnología, recursos e impactos.

La parte empírica de esta investigación concluye con un tratamiento analítico cuantitativo, con la finalidad de comprobar el cumplimiento de las hipótesis formuladas, y un tratamiento analítico cualitativo que enriquece el análisis de los resultados por una parte y por otra permite la descripción de los sujetos analizados.

#### 4.2 Cronograma del trabajo empírico de la investigación

En la figura 11 se muestran las diferentes herramientas metodológicas utilizadas con respecto al tiempo de desarrollo de esta investigación.

Fig. 11: Cronograma del trabajo empírico de la investigación.

CRONOGRAMA DEL TRABAJO EMPÍRICO DE LA INVESTIGACIÓN															
	2016			2017			2018			2019					
<i>Tiempo</i>	may-16	jul-16	nov-16	feb-17	may-17	ago-17	dic-17	feb-18	abr-18	jul-18	nov-18	feb-19	abr-19	jul-19	
HERRAMIENTA															
Revisión bibliográfica	...														
Observación participante															
Cuestionario															
Entrevistas en profundidad															
Grupos de discusión															

Fuente: Elaboración propia

La presente Tesis Doctoral se inició con una revisión de la bibliografía científica, incluyendo búsqueda de hemeroteca y de archivo. Si bien se establece en el cronograma como algo puntual, cabe indicar que esta fase no tiene final, pues tras el paso del tiempo surge nueva literatura que se tiene en cuenta al momento de realizar el análisis. Sin embargo, tras estos meses de trabajo se recopiló el estudio bibliográfico existente hasta la fecha para diseñar la metodología a llevar a cabo en los siguientes meses.

En este primer año, además de realizar esta revisión bibliográfica, se acudió a diferentes festivales como observador y participante de grupos de folklore en dos momentos puntuales que fueron julio/agosto de 2016 en los festivales de Norte de Chipre, Turquía y Grecia; y en septiembre de 2016 en los festivales de turismo de China. En estos primeros festivales se desarrolló una observación participante de carácter exploratorio, que permitiese asentar algunas premisas a desarrollar posteriormente con respecto al estudio de los artistas y directores de folklore, estas premisas sirvieron de complemento con el trabajo de revisión bibliográfica para determinar la mejor estrategia a seguir en el desarrollo de esta investigación.

Después de esta primera fase exploratoria, se diseñó y desarrolló la metodología que se expone en este capítulo, aquí se definió que la mejor estrategia es conseguir llegar a una

triangulación metodológica en la que se desarrolló para directores de festivales: Un cuestionario, un guion semi-estructurado de entrevistas en profundidad y un guion de grupo de discusión, estos últimos los cuales se llevarían a cabo en dos momentos puntuales (verano de 2017 y febrero 2018) debido a la complejidad de coordinar profesionales y directores en un mismo espacio; en tanto que para estudiar los artistas participantes se desarrolló: Un diseño de observación participante y un guion semi-estructurado de entrevistas en profundidad. Las entrevistas en profundidad y la observación participante tanto para directores como para los artistas se definieron que se harían en el marco temporal del festival, pues se toman durante la celebración de este y en un ambiente propicio de tranquilidad para los sujetos estudiados. De esta forma se gestionó la participación en junio-agosto de 2017 en festivales de Moldavia, Rumania, Serbia y Grecia; en Diciembre de 2017 en un festival en Colombia; en febrero de 2018 en festival de año nuevo chino en Beijing – China; y finalmente en julio de 2018 en festivales de Turquía.

Posteriormente, tuvo lugar la obtención de resultados, en el que se tabularon los cuestionarios en un programa informático y tras la aplicación de técnicas estadísticas y de análisis del discurso se obtuvieron los resultados.

Tras los resultados obtenidos se llegaron a unas conclusiones y se decidió participar en congreso científico especializado en folklore que tuvo lugar en Emiratos Árabes en abril de 2019, en el que se desarrollaron las últimas entrevistas a directores y el último grupo de discusión, finalmente en Junio/Julio de 2019 se participa en festivales de Turquía y Norte de Chipre realizando las últimas entrevistas a los artistas participantes y la última observación participante de esta tesis.

#### 4.3 Metodología cuantitativa vs cualitativa y triangulación metodológica

Debido a las diferentes perspectivas de los paradigmas neopositivista e interpretativo de la investigación social, se puede hablar de dos métodos básicos en la investigación: el cuantitativo y el cualitativo. El paradigma neopositivista se ha implementado tradicionalmente a través de las metodologías propias de la investigación cuantitativa, mientras que el paradigma interpretativo se ha apoyado en las técnicas propias de la investigación cualitativa. Las diferencias fundamentales se detallan en la tabla 11.

Tabla 11. Características de la investigación cuantitativa y cualitativa.

		INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	Proceso de la investigación	Estructurada, fases secuenciales lógicas. Geometría circular.	Proceso abierto e interactivo. No se parte de hipótesis claras.
	Relación Teoría-Investigación	Deducción, la teoría precede a la observación.	Inducción, la teoría en paralelo a la observación.
	Papel de la bibliografía	Fundamental para la definición de la teoría y las hipótesis.	Auxiliar a lo largo de todo el proceso.
	Conceptos	Elementos de la teoría que permiten someterla a control empírico. Previos a la investigación.	Orientativos, abiertos, en construcción. Predisponen la observación pero no la agotan.
	Relación con el ambiente	Enfoque manipulador experimental.	Enfoque naturalista.
	Relación psicológica estudioso-estudiado	Científico, neutral, distanciado.	Identificación empática.
	Relación física estudioso-estudiado	Distancia, separación.	Proximidad, contacto.
RECOGIDA DE DATOS	Papel del sujeto estudiado	Pasivo, los individuos estudiados son considerados como objetos.	Activo, coparticipación directa y creativa en el proceso de estudio.
	Diseño de la investigación	Estructurado, cerrado, precede a la investigación.	Desestructurado, abierto, construido en el curso de la investigación, emergente.
	Representatividad / inferencia	Generalización de los resultados mediante muestras estadísticamente representativas.	Antepone la comprensión, el muestreo se realiza sobre la base de relevancia teórica de los casos.
	Instrumento	Uniforme para todos los sujetos.	Varía según el interés de los sujetos, no se tiende a la estandarización.
ANÁLISIS	Naturaleza de los datos	Hard, objetivos y estandarizados.	Soft, ricos y profundos.
	Objeto de análisis	La variable.	El individuo.
	Objetivo del análisis	Explicar la variación de las variables.	Comprender al individuo.
	Técnicas estadísticas.	Uso intensivo.	Uso escaso con fines interpretativos.
RESULTADOS	Presentación de datos.	Perspectiva relacional. Tablas.	Perspectiva narrativa. Fragmentos. Contraste y diálogo entre argumentos
	Generalizaciones	Correlaciones, modelos causales, leyes.	Clasificaciones y tipologías. Tipos ideales.
	Alcance de resultados	Inferencia y generalización.	Especificidad.

Fuente: Herrera y Palau (2017)

Como se puede observar en la tabla 11, cada método tiene una forma diferente de acercarse a la realidad. Por tanto, además de formas diferentes de encontrar los resultados,

muestran formas diversas de formulación y obtención de los datos. Una buena explicación sobre los aspectos diferenciales mas importantes entre las dos metodologías la podemos encontrar en Herrera y Palau (2017, p. 12-15):

El elemento clave diferencial entre las dos metodologías es la forma en que se estructura y aborda la investigación, de esta forma, por una parte, la metodología cuantitativa es una metodología estructurada de acuerdo con lo que tradicionalmente se ha conocido como el método científico. Se compone de una serie de fases secuenciales con una ordenación lógica que parten de una teoría para formular unas hipótesis, éstas son operacionalizadas o formuladas en forma de modelo empíricamente controlable, se planifica la obtención de datos, se obtienen los datos, se analizan los datos y se vuelve a la teoría. El principio lógico subyacente es el hipotético deductivo en el que la teoría precede a la observación.

En contraposición, la metodología cualitativa sigue una secuencia menos lineal y mucho más abierta. En ella las hipótesis tienen un carácter de provisionalidad y van siendo modificadas a lo largo del propio proceso de investigación. La adopción de teorías al principio del proceso se realiza con cautela pues se asume que condicionan y limitan la capacidad de comprensión de la realidad. Por ello, es habitual que la elaboración teórica y la investigación empírica procedan entrelazadas, de manera que el planteamiento teórico se va construyendo conforme se progresa en el proceso de la investigación. En ese sentido, un principio básico de la metodología cualitativa es que la propia teoría se construye a través de la observación (Corbetta, 2007; Vallés, 1997; Bericat, 1998). En ese sentido, en la investigación cualitativa el investigador no trata de



verificar una teoría predefinida de antemano, sino que parte de la teoría para observar la realidad desde una perspectiva concreta al tiempo que se interroga sobre las posibilidades de la propia teoría para captar esa realidad de una manera productiva y se plantea hasta qué punto ésta puede ser modificada.

Uno de los aspectos importantes en los que difieren los dos tipos de metodologías es el papel que desempeñan los conceptos en el proceso de la investigación. Por un lado, en el enfoque cuantitativo los conceptos son elementos clave en el desencadenamiento de todo el proceso investigador, en la medida en que deben ser operacionalizados para poder ser contrastados empíricamente. Por otro lado, en el cualitativo los conceptos clave de la propuesta teórica no son necesariamente desarrollados al inicio de la investigación, sino que van surgiendo conforme ésta avanza. Si bien se parte de un planteamiento teórico previo, con su aparato conceptual asociado, éste es revisado y refinado de forma continua en el curso de la investigación. Por ello, el papel de la revisión bibliográfica no está necesariamente concentrado en el inicio del proceso.

Otra de las diferencias esenciales entre el paradigma cuantitativo y el cualitativo es la relación observador-observado. En la primera, esta relación se considera que debe ser lo más aséptica posible para limitar la reactividad del sujeto observado. En cambio, el paradigma cualitativo pretende comprender la realidad del individuo a través de los significados que construye, por lo tanto, no se puede limitar a observarlo, sino que debe ser capaz de comprender su mundo interior, pues en él reside el verdadero objeto de su investigación. Por tanto, el ideal cualitativo es la identificación empática entre el investigador y el sujeto investigado, que ya no es un objeto de estudio sino un sujeto

activo con el que establecer una comunicación activa y estrecha. En esencia, el enfoque constructivista de la investigación social adopta una metodología hermenéutica y dialéctica, basando sus hallazgos en la interpretación intersubjetiva que dialécticamente alcanzan investigador y sujetos investigados (Guba y Lincoln, 1994).

De igual forma y como afirma Reichardt y Cook (1982), la discusión de los métodos cuantitativos o cualitativos no va ligado al uso de los métodos *per se*, sino mas bien como un choque fundamental entre los paradigmas metodológicos. “Cada método-tipo se asocia con una perspectiva paradigmática independiente y única y son estas dos perspectivas las que están en conflicto”. (Reichardt y Cook, 1982, p. 2).

Sin embargo, estos mismos autores afirman que en los últimos años se ha desarrollado mayor interés por buscar las compatibilidades y la complementariedad entre ambas metodologías que posibiliten un trabajo mas en profundidad.

En este sentido, autores como Lopez – Fernandez y Molina – Azorin (2011), analizan diferentes estudios realizados con la aplicación de métodos mixtos reafirmando la necesidad de extraer las diversas fortalezas de cada metodología para entender la complejidad social, Tashakkori y Teddlie (1998) subrayan que ha llegado el final de la guerra de los paradigmas (neo-positivismo e interpretativo) y la de su correspondiente inclinación a favorecer una de ambas metodologías, la cuantitativa o la cualitativa.

Reichardt y Cook (1982) afirman también que el uso conjunto de dos metodologías diferentes, más que dificultar o una investigación, lo que hace es potenciarla, ya que:

- Posibilitan la obtención de objetivos múltiples que pueden darse en una misma investigación.
- Cada método-tipo se apoya en el otro brindando puntos de vista y percepciones que ninguno de los dos podría ofrecer por separado.
- Permite una triangulación por operaciones convergentes ya que contrastan resultados posiblemente divergentes y obliga a realizar replanteamientos o razonamientos más depurados.

En el trabajo de Tashakkori y Teddlie (2003), *Handbook of mixed methods in social and behavioral research* se detallan diferentes trabajos de investigación realizados con el uso de métodos mixtos y en diferentes disciplinas, lo que ofrece un panorama moderno y complementario en la investigación social, aseguran además que el uso de métodos mixtos, no hace que una investigación no tenga limitaciones o aspectos negativos, pero estos se minimizan al abordar un mismo problema a través de diferentes planteamientos.

Para el diseño de la metodología mixta existen dos factores importantes en los que este puede guiarse (Tashakkori y Teddlie, 1998; Creswell, 2003; Onwuegbuzie et al., 2011):

- **Prioridad:** En un estudio con métodos mixtos, el investigador puede dar la misma prioridad, valor, peso, carga o estatus a los aspectos cuantitativos y cualitativos (diseño con valores igualados), o alternativamente puede dar mayor valor a uno u otro (diseño con diferentes valores). En este sentido se refiere a valores no

matemáticos, solo aplicables como referencia a cargas subjetivas que guían el diseño de la investigación.

- Implementación de la recolección de datos: Este concepto se refiere al orden en el que el investigador recoge la información tanto cualitativa como cuantitativa. Las dos opciones de recolección pueden ser al mismo tiempo (diseño simultaneo, concurrente o paralelo) o en diferentes puntos (diseño secuencial o en dos partes)

La forma en el que estos dos factores se pueden combinar ayuda a determinar el diseño resultante. En este sentido, una notación propuesta por Morse (1991) es bastante útil y fácil para representar los diferentes posibles diseños. En su sistema, utiliza las abreviaciones *quan* y *qual*<sup>9</sup> para representar las partes cuantitativas y cualitativas respectivamente. Cuando uno de los métodos tiene mas valor que otro, la forma de representarlo es con letras mayúsculas (por ejemplo QUAN, QUAL), por el contrario, si uno de los métodos tiene menor valor lo representa con letras minúsculas (por ejemplo, quan, qual). Además, mediante el uso del símbolo “+” representa un diseño simultaneo, mientras que el símbolo “→” es usado para referirse a un diseño secuencial. Así pues, acorde con Johnson y Onwuegbuzie (2004), las diferentes combinaciones de recolección de los datos, y la prioridad, produce cuatro bloques de combinaciones los cuales generan en nueve métodos mixtos de diseño:

---

<sup>9</sup> La notación corresponde al idioma inglés, para esta tesis se ha decidido mantener la misma connotación en español.

Tabla 12: Métodos mixtos de diseño

Bloque	Características	Valores
1	Igual valor y simultaneo	QUAL + QUAN
2	Igual valor y secuencial	QUAL→QUAN; QUAN→QUAL
3	Diferente valor y simultaneo	QUAL + quan; QUAN + qual
4	Diferente valor y secuencial	qual→QUAN; QUAL→quan; quan→QUAL; QUAN→qual

Fuente: Elaboración propia a partir de Johnson & Onwuegbuzie (2004) y Morse (1991).

Con respecto al propósito de construir un diseño de investigación con métodos mixtos integrando los diferentes tipos de información en el mismo estudio, diversos autores (Creswell, 2003; Morgan, 1998), han hecho hincapié en dos alternativas: una de las alternativas es la triangulación (por ejemplo, para buscar la convergencia en los datos); y la otra es la complementariedad (por ejemplo, para medir las facetas superpuestas de un fenómeno).

Por otro lado, las diferentes perspectivas teóricas se pueden comprender como distintos modos de acceder al fenómeno en estudio. Cualquier perspectiva se puede examinar teniendo en cuenta a qué parte del fenómeno revela y cuál se mantiene excluida. Partiendo de esta interpretación, se pueden combinar y complementar diferentes perspectivas de investigación. Esta triangulación de perspectivas aumenta la atención hacia el fenómeno en estudio, por ejemplo, reconstruyendo los puntos de vista de los participantes y analizando después el despliegue de las situaciones compartidas en las interacciones (Flick, 2007).

Por tanto, la triangulación busca el enriquecimiento de una visión (comprensión) única que resulta de la alimentación mutua de ambos acercamientos. Es decir, la triangulación se

refiere a la combinación de perspectivas de investigación apropiadas y métodos que sean idóneos para tomar en consideración el mayor número posible de aspectos diferentes de un problema (Flick, 2007).

La triangulación consiste en un procedimiento de control implementado para garantizar la confiabilidad entre los resultados de cualquier investigación. Los resultados que han sido objeto de estrategias de triangulación pueden mostrar más fuerza en su interpretación y construcción que otros que han estado sometidos a un único método (Donolo, 2009).

El principal objetivo de la triangulación es lograr la convergencia de los resultados obtenidos por los métodos cuantitativos y cualitativos, de tal forma que estos resulten mas confiables (Jick, 1979), lo que se busca además es la corroboración o correspondencia de los resultados obtenidos a través de diferentes métodos (Lopez-Fernandez y Molina-Azorin, 2011). Por otra parte, la complementariedad lo que busca es clarificar o ilustrar los resultados obtenidos con uno de los métodos, pero con la aplicación del otro (Greene et al., 1989). En este caso, el diseño usado es usualmente secuencial (Johnson y Onwuegbuzie, 2004). Por ejemplo, se puede usar el modelo QUAN→qual, en el que la parte cualitativa puede ayudar a evaluar e interpretar los resultados obtenidos del estudio cuantitativo principal de la investigación.

En palabras de Flick (2007, p. 244):

la triangulación se conceptualizó al principio como una estrategia para validar los resultados obtenidos con los métodos individuales. Sin embargo, el enfoque ha ido cambiando cada vez más hacia un enriquecimiento adicional y un perfeccionamiento

del conocimiento y hacia la transgresión de los (siempre limitados) potenciales epistemológicos del método individual.

Ruiz Olabuénaga (2012, p. 327) ofrece una definición en la que asegura:

La triangulación es un intento de promoción de nuevas formas de investigación que enriquezcan el uso de la metodología cuantitativa con el recurso combinado de la cualitativa y viceversa. La razón básica de este recurso estriba en la convicción de que ambos estilos no sólo son compatibles, sino que el uno puede enriquecer al otro, con lo que se logra una calidad mejor del producto final.

Así mismo, Flick (2007) también asegura, que la triangulación es menos una estrategia para validar los resultados y los procedimientos que una alternativa a la validación que incrementa el alcance, la profundidad y la consistencia en las actuaciones metodológicas. Además, este proceso puede permitir también la apertura de nuevos campos de conocimiento.

A pesar de que se carece de métodos perfectos para la recogida de datos y de modos transparentes o perfectos de representación, la triangulación busca el enriquecimiento de una investigación aplicándole un control de calidad al que el investigador somete su propia producción. De esta forma, es más probable conseguir análisis disciplinados, coherentes, metódicos y al mismo tiempo sensibles (Ruiz Olabuénaga, 2012).

Teniendo en cuenta la complejidad del fenómeno que se analiza en esta tesis, sobre la apropiación y puesta en valor del patrimonio inmaterial en los festivales de folklore, se ha decidido realizar el uso de una metodología mixta mediante un diseño de triangulación no solo

de metodología sino también en la selección de estrategias para la obtención, análisis y presentación de los datos (Vallés, 1997).

En esta doble triangulación, el diseño de la metodología se ha realizado con diversas fuentes y grupos de datos (cuestionario, observación participante, entrevistas en profundidad y grupos de discusión), para el análisis cuantitativo se ha usado la herramienta informática SPSS 25, mientras que para el análisis cualitativo se ha utilizado la herramienta NVIVO 11.

#### 4.4 Objetivos e hipótesis

La postura de la presencia del patrimonio cultural inmaterial en los agentes sociales participantes en los festivales de folklore analizados en esta tesis como ejes centrales, se traduce en la pretensión de conocer si los gestores de festivales y artistas participantes involucran y dan sustento a este patrimonio cultural inmaterial generando que el festival sea un elemento valioso para la salvaguardia del mismo.

De esta forma, el estudio empírico de esta tesis se centra en determinar el grado de presencia o no del patrimonio cultural inmaterial en la creación, selección y muestra dado en el momento del festival de folklore y se propone alcanzar cuatro objetivos fundamentales.

- Analizar el perfil de artistas y directores en relación con la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore, atendiendo criterios de:

Artistas: creación y gestión

Directores: Decisiones de gestión



- Descubrir criterios inherentes a artistas y directores a través de su discurso, comprendiendo significados, conceptos e ideas en:

Artistas: Creación y gestión

Directores: Decisiones de gestión

- Contrastar opiniones de directores y artistas con otros agentes especializados en gestión de festivales y patrimonio cultural inmaterial.
- Evaluar el impacto en artistas y directores que su entorno social, organizacional y situación personal tienen en criterios de gestión

En relación con estos objetivos planteados, este trabajo prevé algunas premisas que serán verificadas mediante los resultados obtenidos en el estudio empírico, estas premisas operan como hipótesis de partida, guiando así el desarrollo de esta investigación. Las hipótesis planteadas que se presentan son basadas en diferentes ideas que han sido tomadas por un trabajo de campo inicial en el que mediante observación participante ha permitido dar pinceladas como análisis inicial. Por una parte, la acción en la creación de los artistas participantes en el festival de folklore toma ciertos criterios artísticos occidentales mezclados con la tradición, formando un conjunto de ámbito difusivo al patrimonio cultural inmaterial y a la vez estilizado, por tanto, se hace necesario constatar si este hecho es común al conjunto de artistas, y por otra parte debido a la gestión de eventos enfocada en la profesionalización del director presupone que el ámbito económico-financiero, gestión, etc. Estaría por encima del valor de patrimonio cultural inmaterial.

Las hipótesis que se presentan a continuación se estructuran en torno a los principales aspectos que constituyen las claves para la difusión y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial y que serán analizadas desde la perspectiva de:

#### 4.4.1 Hipótesis para directores de festivales de folklore

Definición de la misión, visión, objetivos de gestión, conocimientos, entorno, competencias y valores de un gestor; el uso de aplicaciones digitales, internet y redes sociales, así como recursos, la viabilidad e impactos.

Gestión: Misión, visión, objetivos

La formación de la gestión de eventos está especialmente encaminada en la profesionalización de aspectos como económicos, financieros, productivos, operativos y artísticos, esto podría deducir que:

- HD1: Los directores de festivales de folklore dedican más tiempo de gestión en las actividades económicas, financieras, etc. primero que a las acciones conducentes a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.
- HD2: Los directores consideran más importantes aspectos estéticos que elementos del patrimonio cultural inmaterial al momento de seleccionar grupos participantes en el festival.

Director: Conocimientos, entorno, competencias y valores

Los sistemas educativos o de formación de la gestión de eventos se centran tradicionalmente en conocimientos y competencias correspondientes a la historia, significado

de la fiesta y los festivales, rituales y otros eventos, estilos de programa, configuración de eventos, marketing, gestión y dirección de eventos, gestión de proyectos, presupuestos, comunicación, planificación, recursos humanos; así mismo su entorno establecerá parámetros importantes. Por tanto, se puede suponer que:

- HD3: los directores consideraran más importante los conocimientos, competencias y valores relacionados con el patrimonio cultural inmaterial antes que los relacionados con gestión.
- HD4: Los directores con edades más avanzadas valoraran más los aspectos del patrimonio cultural inmaterial que los más jóvenes.
- HD5: Los directores con estudios más próximos a áreas relacionadas con las ciencias humanas, sociales y artísticas valoraran más los aspectos del patrimonio cultural inmaterial.
- HD6: cuanto mayor es su nivel de estudios, mayor será su valoración hacia el patrimonio cultural inmaterial.
- HD7: Cuanto más tiempo en el cargo de director, mayor será la valoración en aspectos de patrimonio cultural inmaterial.
- HD8: en la zona europea habrá mayor y variada oferta de festivales tendientes hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial

Tecnología e internet: aplicaciones digitales, redes sociales e internet

El uso masificado de internet, la comunicación generada a través de redes sociales, el acercamiento con aplicaciones digitales en la vida diaria ha adquirido un papel fundamental, por lo tanto, este hecho hace entrever que:

- HD9: Los festivales estarán presentes en al menos una red social y dispondrán de página web
- HD10: Los directores utilizarán de forma pasiva las redes y aplicaciones durante las fases del festival: antes, durante y después.

#### Titularidad y modelo financiero:

En este apartado se considera influyente el hecho de depender o no de ayudas públicas, entradas directas, patrocinios, por lo tanto:

- HD11: Festivales de titularidad pública o privada sin ánimo de lucro antepondrán aspectos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial que otros de carácter lucrativo.
- HD12: Festivales con modelos financieros basados en beneficios directos antepondrán características económicas a aspectos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial.

#### Recursos viabilidad e impactos:

En la actualidad se le da una importancia muy alta al presupuesto disponible dentro de la gestión de organizaciones, por tanto,

- HD13: Los directores consideraran que los recursos del festival relacionados con la gestión del evento son más importantes para el desarrollo del festival que los relacionados con el patrimonio cultural inmaterial.
- HD14: Los directores considerarán más importante el impacto de difusión del patrimonio cultural inmaterial que los económicos.

#### 4.4.2 Hipótesis para artistas de festivales de folklore

Creación, conocimientos, competencias y valores de un artista; el uso de aplicaciones digitales, internet y redes sociales.

Creación:

La formación artística exige sacrificio de tiempo y esfuerzo tanto corporal como mental, bien sea en el ámbito musical como en la danza que son los campos de los objetos de estudio de esta investigación, así mismo, esta formación esta especialmente encaminada a la educación en aspectos técnicos occidentales y de recursos artísticos, esto podría deducir que, las motivaciones al momento de participar en el festival de folklore:

- HA1: Los artistas usaran elementos del patrimonio cultural inmaterial para la creación de música y danza, tratando de mantener su folklore de manera auténtica.
- HA2: Los artistas consideraran la muestra artística de los festivales de folklore como difusión de su patrimonio cultural inmaterial.

Gestor: Entorno

Los sistemas educativos o de formación en el campo artístico se centran tradicionalmente en conocimientos y competencias correspondientes a la historia, significado de la danza, música y los festivales, rituales, marketing, coreografía y comunicación; la dependencia o prerrogativa occidental en danza y música a nivel académico, así mismo su entorno establecerá parámetros importantes. Por tanto, se puede suponer que:

- HA3: Los artistas con edades más avanzadas valoraran más los aspectos del patrimonio cultural inmaterial que los más jóvenes.
- HA4: Los artistas con estudios más próximos a áreas relacionadas con las ciencias humanas, sociales y artísticas valoraran más los aspectos del patrimonio cultural inmaterial.
- HA5: Cuanto mayor es su nivel de estudios, mayor será su valoración hacia el patrimonio cultural inmaterial.
- HA6: En la zona europea habrá mayor y variada oferta de grupos participantes tendientes hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial.

#### Tecnología e internet: aplicaciones digitales, redes sociales e internet

El uso masificado de internet, la comunicación generada a través de redes sociales, el acercamiento con aplicaciones digitales en la vida diaria ha adquirido un papel fundamental, por lo tanto, este hecho hace entrever que:

- HA7: Los artistas estarán presentes en al menos una red social y dispondrán de sitio web
- HA8: Los artistas utilizarán de forma activa las redes y aplicaciones durante las fases del festival: antes, durante y después.

#### Titularidad y modelo financiero:

En este apartado se considera influyente el hecho de depender o no de ayudas públicas, aunque mayoritariamente el estudio inicial refleje institución privada, algunos elementos son considerados de relevancia estatal, por lo tanto:

- HA9: Grupos artísticos de titularidad pública o privada sin ánimo de lucro antepondrán aspectos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial que otros de carácter lucrativo.
- HA10: Artistas que disponen de ayudas públicas orientarán en mayor nivel los aspectos del patrimonio cultural inmaterial que ámbitos académicos/artísticos.

#### 4.5 Diseño metodológico

Acorde con el planteamiento metodológico de Morse (1991) la implementación de esta investigación ha seguido un análisis simultaneo con igual importancia a la parte cuantitativa y cualitativa para el caso de los directores (QUAN+QUAL) y una parte enteramente cualitativa para los artistas participantes (QUAL). Además, siguiendo lo indicado por (Leech y Onwuegbuzie, 2009) este estudio conlleva el uso de metodología parcialmente mixta, estatus simultaneo para ambas partes (directores y artistas); parcialmente mixta porque no se ha implementado la misma metodología para todos los componentes de la investigación, y la importancia de la parte cualitativa es igual al de la parte cuantitativa y, simultanea para los directores porque se ha conducido el estudio cuantitativo paralelo con entrevistas y grupos de discusión mediante envío de cuestionario por internet y posteriormente se ha realizado el estudio cualitativo de profundización, además el estudio cualitativo de los artistas se realizó en simultaneo con el de los directores.

Así pues, en los próximos apartados se pretende describir el colectivo objeto de estudio del que toma parte este trabajo, así como el universo al que representa, de esta manera, debido a la necesidad de gestionar la participación en diferentes festivales y con el objetivo de recabar información *in situ* la primera tarea asociada a la actividad metodológica de esta investigación

es definir donde participar, las elecciones de estos festivales acuden a diferentes criterios que se describen a continuación.

#### 4.5.1 Universo de festivales de folklore:

El universo objeto de estudio del análisis empírico de esta tesis es el conjunto de directores y artistas participantes de festivales de folklore a nivel mundial. Sin embargo, la selección de estos directores ha dependido del festival que dirigen. Es decir, primero se ha realizado la selección de festivales según criterios de trayectoria, prestigio, profesionalidad y estabilidad en el sector y posteriormente se ha contactado con el director de la organización, así mismo para los artistas se ha definido primero a que festivales acudir y se toman desde su participación en el festival. Por lo tanto, el estudio se compone de aquellos directores de los festivales que pertenecen a las asociaciones dedicadas a la organización de festivales de folklore con reconocida trayectoria y además avalados por la UNESCO por su aporte al fortalecimiento de las tradiciones orales y populares, la música, la danza tradicional, así como el soporte a la investigación del patrimonio cultural, así pues, para este estudio estas asociaciones son IOV (Organización internacional de arte folclórico), CIOFF (Consejo internacional de organizaciones de festivales de folklore y de las artes tradicionales), y FIDAF (Federación de festivales internacionales de danza)<sup>10</sup>.

Estas asociaciones son los referentes más importantes en el mundo de festivales de folklore a nivel mundial, además cuenta con características comunes las cuales hacen que se haya decidido incluirlas como parte de la muestra objeto de estudio como ejemplo de

---

<sup>10</sup> Las principales características de estas asociaciones se detallan en la tabla 10 de esta tesis.



trayectoria, profesionalidad, estabilidad, continuidad en el sector y su reconocimiento por parte de la UNESCO.

Estas características adaptadas a las sugeridas por Elschek (2001), Zoltán (2010) y Bonet (2011) para festivales en general que se acoplan fácilmente para festivales de folklore de música-danza son:

- Representación de un mínimo de seis actos-conciertos en vivo diferentes
- Duración mínima: dos días
- Antigüedad mínima: tres ediciones
- Tener carácter periódico
- Preparado para una audiencia de carácter público
- Con una fecha clara de inicio y finalización.

Además de las características adaptadas específicamente al modelo del festival folclórico

- Denominación como festival folclórico internacional
- Festivales de danza y música en vivo
- Hospitalidad en alojamiento y meriendas como parte de un intercambio cultural
- Ámbito mundial

Aunque la cantidad de festivales puede variar con el paso del tiempo, en general los festivales reconocidos en IOV son alrededor de 200 al año, CIOFF aproximadamente de 350 y FIDAF en torno a los 140, todos ellos constituirían el universo objeto de análisis de esta tesis.

Al momento de realizar la contabilización de festivales adscritos a estas organizaciones, y de pasar el criterio de selección de las características para el estudio, finalmente tendríamos un total de festivales en torno a los 470 – 480 festivales que cumplen los requisitos nombrados anteriormente y que pasaran a constituirse como la base de datos de festivales objeto de estudio de esta tesis.

Tabla 13: Número de festivales de folklore seleccionados pertenecientes a las asociaciones de este estudio

Zona demográfica	Total de países	Total de festivales
Europa	39	356
América	17	66
África	13	15
Asia	13	22
Oceanía	9	14

Fuente: Elaboración propia a partir de información facilitada por IOV, CIOFF y FIDAF

Así mismo, en la tabla 14 se detalla el grado de representatividad de cada región y su aporte en número de festivales organizados

Tabla 14: Representatividad geográfica y numero de los festivales de folklore organizados

Zona demográfica		Total de países	Festivales por zona	Representatividad de festivales (%)	Representatividad por zona (%)
Europa	Europa central	8	101	21,35	75,26
	Europa del norte	7	17	3,60	
	Europa del sur	5	83	17,54	
	Europa del este	16	85	17,97	
	Europa del oeste	3	70	14,80	
América	América del norte	3	19	4,02	13,95
	América central	4	10	2,11	
	América del sur	8	34	7,19	
	Caribe	2	3	0,63	
África	África del norte	3	4	0,85	3,17
	África occidental	5	5	1,06	
	África central	1	1	0,21	
	África oriental	2	2	0,42	
	África del sur	2	3	0,63	
Asia	Asia del norte	0	0	0	4,65
	Asia del sur	3	4	0,85	
	Asia central	0	0	0	
	Asia del este	5	9	1,90	
	Asia del sudeste	3	5	1,05	
	Asia occidental	2	4	0,85	
Oceanía		9	14	2,96	2,96
Total		91	473	100	

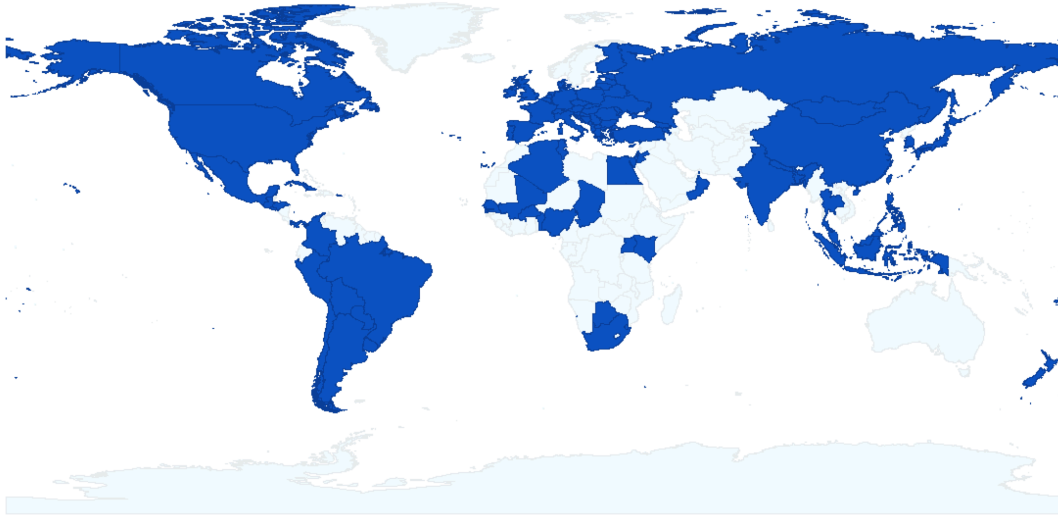
Fuente: Elaboración propia a partir de información facilitada por IOV, CIOFF y FIDAF

Para la delimitación de cuales festivales asistir además de las características recogidas en el apartado anterior, también se decidió delimitar los siguientes criterios:

- Posibilidad de obtener representatividad global de grupos participantes
- Valoración de los festivales por parte de los artistas
- Facilidad de acceso para el desarrollo de la metodología

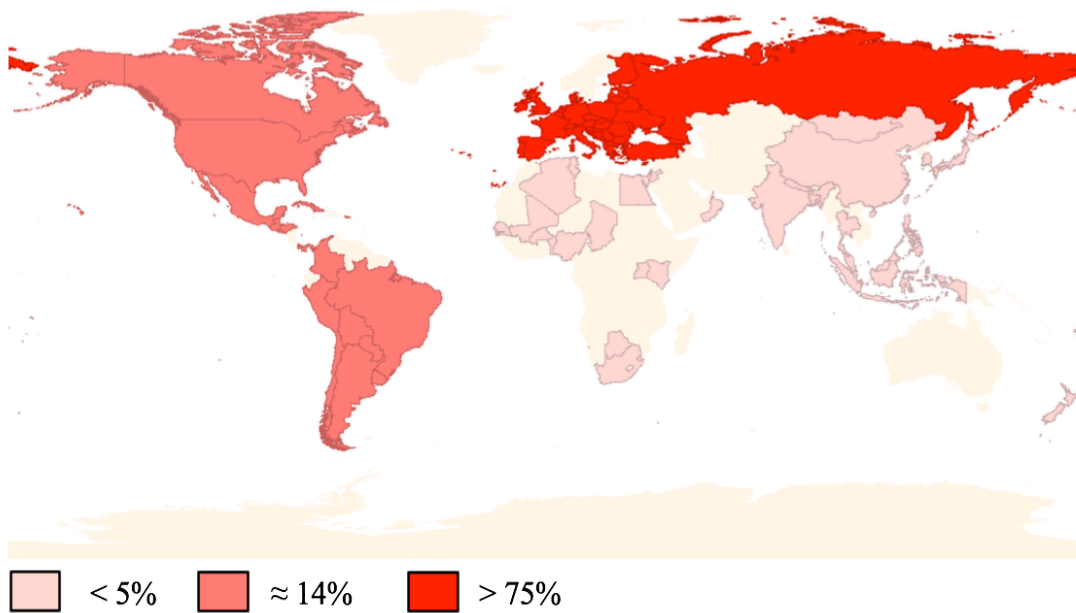
- Lograr una simetría de participación de artistas internacionales

Fig. 12: Mapa geográfico de los festivales identificados.



Fuente: Elaboración propia

Fig. 13: Distribución de festivales por zona demográfica.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Festivales y eventos seleccionados para realizar el trabajo de campo *in situ*

Zona demográfica	País	Lugar	Nombre del festival/evento	Fecha
Europa del este	Moldavia	Chisinau	Festivalul Neamului “Stefan Cel Mare Si Sfant”	22 – 30 junio / 2017
	Rumania	Baile Herculane	47th International folklore festival Hercules	3 - 5 Julio / 2017
		Timisoara	28th International folklore festival Festivalul inimilor	5 - 9 Julio / 2017
	Serbia	Vrsac	International folklore festival The Wreath of Vrsac	10 - 13 Julio / 2017
		Majdanpek	International folklore festival Orfeo	14 - 17 Julio / 2017
		Nis	Students international folklore festival held in Nis	17 - 21 Julio / 2017
	Grecia	Volos	4th international traditional dance festival of Nea Anchialos	28 Julio – 2 Agosto / 2017
Aigio		Poseidonia 2017	2 – 7 Agosto / 2017	
América del sur	Colombia	Yopal	IX encuentro nacional e internacional de danza folclórica El Yopo	2 – 8 Diciembre / 2017
Asia del este	China	Beijing	Chinese new year celebration	14 – 22 Febrero / 2018
		Jianmeng	The belt and road international forum for cultural heritage cooperation and Exchange & International handcrafts fairs 2019 **	14 – 16 Noviembre / 2019
Europa del sur	Turquía	Iznik	The international Iznik folklore festival	23 – 30 Junio / 2018
		Yalova	TUFAG 32 <sup>nd</sup> International folk dance festival	1 – 7 Julio / 2018
		Bursa	32 <sup>nd</sup> y 33 <sup>th</sup> International golden Karagöz folk dance competition	7 – 12 Julio / 2018 y 7 – 12 Julio / 2019
		Inegöl	7 <sup>th</sup> International golden furniture folk dance competition	13 – 20 Julio / 2019
	Norte de Chipre	Lapta	10 <sup>th</sup> Lapta international tourism festival	20 – 23 Junio / 2019
		Iskele	24 <sup>th</sup> International Iskele municipality folk dance festival	28 Junio – 4 Julio / 2019
Asia del sur	Emiratos árabes unidos	Sharjah	IOV Sharjah international scientific conference **	1 – 4 Abril / 2019

\*\* Eventos científicos especializados

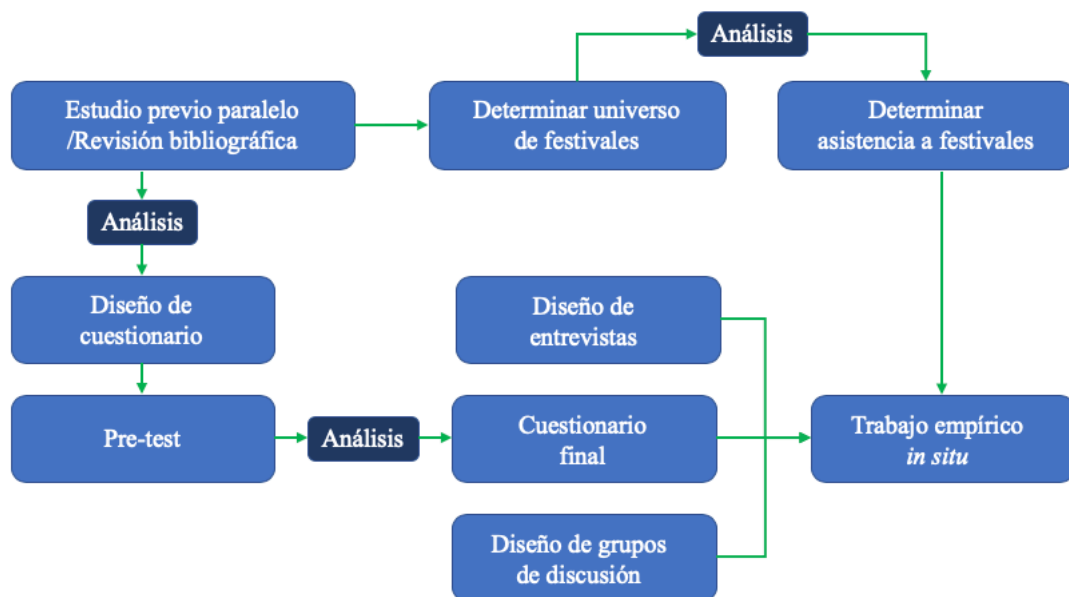
Fuente. Elaboración propia

Con estos parámetros en mente la elección de los festivales fue en Turquía y Norte de Chipre, por su facilidad de conexión con representaciones de la zona árabe y por sus buenas evaluaciones de festivales por parte de los artistas, así mismo los festivales de Europa del este (Moldavia, Rumania, Serbia y Grecia) fueron escogidos debido al buen número de participantes en cada festival, la facilidad de acceso político (entendiendo con esto que los participantes no requieren tramitación de visado para participar en los festivales) y finalmente por la facilidad de conexión de las fechas de realización de los mismos.

De esta forma, en la tabla 15 se especifican los festivales que se asistieron para la realización del trabajo de campo *in situ*. En la que se detalla la participación en 16 festivales de folklore y 2 eventos científicos, logrando con esto el objetivo de la representatividad de festivales y la simetría en la recolección de los datos.

#### 4.5.2 Diseño metodológico para directores de festivales de folklore

Fig. 14: Secuencia del diseño metodológico.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 14 se muestra la forma en que se llevó a cabo esta parte del diseño metodológico, en el que primeramente se define un universo de festivales a los cuales acatar el estudio y recabar información de los posibles directores a enviar el cuestionario, entrevistas en profundidad y grupos de discusión. Posteriormente se define a que festivales asistir acorde con diferentes parámetros dados por la teoría y las fuentes de información, seguido a esto se enmarca la aplicación del trabajo empírico como tal y finalmente su análisis y la respuesta a las hipótesis planteadas. Se ha planteado este diseño después de haber realizado un estudio cualitativo y siguiendo las recomendaciones de diseño en la investigación cualitativa de Vallés (1997), para formular las hipótesis de partida tanto para directores como para artistas, en un estudio paralelo con la información aportada por la bibliografía en torno al marco teórico de esta tesis.

#### 4.5.2.1 Herramienta cuantitativa: Instrumento de recogida de información

La herramienta cuantitativa para la recogida de información usada en este estudio es el cuestionario, pues es el método por excelencia utilizado universalmente, además que presenta una gran capacidad de reunir información de forma sistemática que se liga fácilmente con la investigación cualitativa lo cual se constituye como idóneo en la obtención de datos en ciencias sociales de forma que permite obtener datos cuantitativos y cualitativos de la población objeto de estudio y establecer relaciones entre ellos (Hutchinson, 2004).

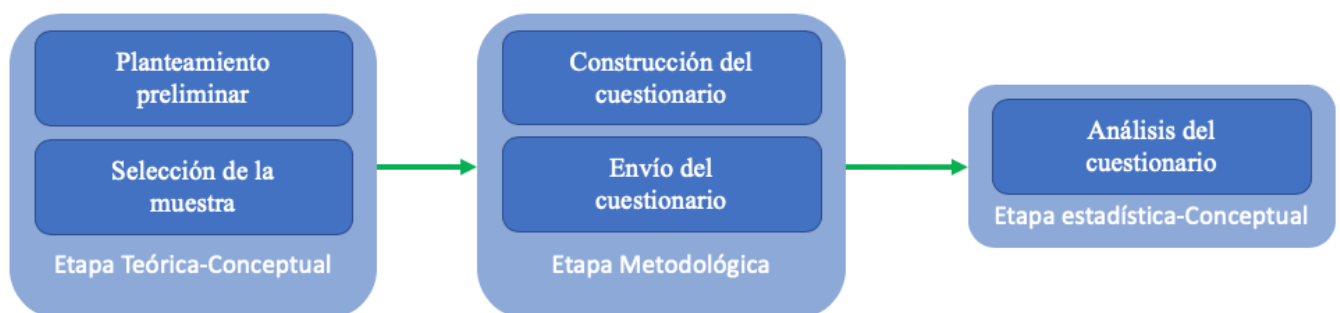
Así pues, Hutchinson (2004: 290-298) establece que para la elaboración de un cuestionario hay que seguir cinco etapas, las cuales son:

- Planteamiento preliminar: en donde se establecen los objetivos e hipótesis, además de identificar población objeto de estudio, estableciendo un marco conceptual, teórico e identificando las variables que se incluirán en el estudio.
- Selección de la muestra: Esta etapa trata de seleccionar quienes serán los que responderán el cuestionario, hay diferentes métodos de definir esta muestra que incluyen diferentes factores de por sí, tales como costo, conveniencia, propósito del estudio y la necesidad de generalizar los hallazgos, sin embargo, para este estudio se seguirá los criterios de representatividad y simetría de los festivales de folklore indicados anteriormente.
- Construcción del cuestionario: Es la etapa más crítica de la investigación, pues aquí se define que preguntas hacer, y como hacerlas, asegurando la facilidad de entendimiento por parte de la persona que la responderá y con la suficiente cantidad de preguntas para englobar todos los objetivos que se persiguen, además de garantizar que la correcta extensión, formato, contenido y organización.
- Envío del cuestionario: En esta etapa se define la forma en que se proporcionara el cuestionario a las personas que se interesa encuestar, este envío va a depender del costo, practicidad y las características del grupo encuestado, así como también asegurar que la tasa de respuesta sea máxima.
- Análisis del cuestionario: Para el análisis de la información obtenida existen diferentes métodos estadísticos, desde estadística descriptiva como frecuencias y



significados, hasta procedimientos complejos como análisis multivariable de la varianza, análisis de factores y modelamiento de ecuaciones estructurales. Para la selección del método se tiene en cuenta aspectos como el propósito del estudio, la naturaleza de las variables, la pregunta de investigación que se intenta responder, así como el tamaño de la muestra.

Fig. 15: Etapas en el desarrollo de un cuestionario.



Fuente: Elaboración propia a partir de Hutchinson (2004)

Para la primera etapa teórica-conceptual se ha determinado el marco conceptual y el universo objeto de estudio que dieron posibilidad al planteamiento de las diferentes hipótesis y objetivos del estudio empírico, ahora nos adentraremos a la elaboración de la etapa metodológica, en la que se desarrolla la construcción y envío del cuestionario.

### **Cuestionario**

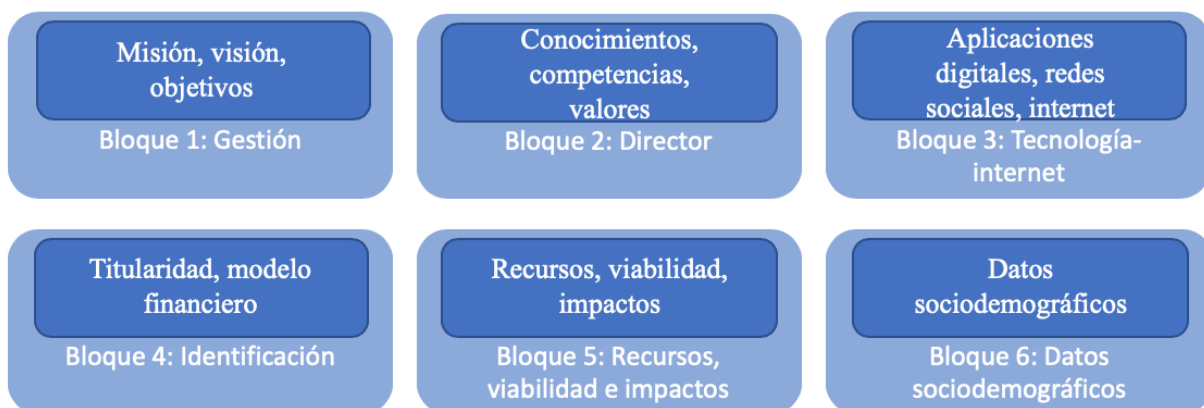
Para el desarrollo del cuestionario se ha tenido en cuenta los diferentes planteamientos teóricos presentados en los primeros capítulos de esta tesis, así mismo, en primera instancia se desarrolló un modelo de cuestionario el cual fue utilizado como pre-test en uno de los momentos del desarrollo del trabajo de campo en 10 directores de festivales (7 de ellos en el primer grupo de discusión), tomando nota de sus perspectivas y analizando sus discursos,

pasando después por un proceso de verificación académica se llegó al formato definitivo. El cuestionario utilizado en esta investigación se basa en diferentes trabajos previos relacionados tanto en el desarrollo de festivales (Yolal et al., 2012; Pérez-Gálvez et al., 2017), como en las competencias de la gestión de eventos (Royal y Jago, 1998; Harris y Jago, 1999; Arcodia y Barker, 2002; Carreño, 2014; Calvo, 2016;) y el turismo cultural (Andersson y Getz, 2009; Gibson y Connell, 2012) que responden a diversas cuestiones sobre festivales y su gestión.

Para la versión final del cuestionario se pretendía lograr:

- Claridad en las preguntas enmarcadas en los objetivos de la investigación
- Extensión suficiente para responder a la misma en no más de 15 minutos
- Lograr una correcta comunicación en los dos idiomas elegidos para desarrollar el cuestionario, inglés y español
- Adecuación de las opciones de respuesta
- Fácil entendimiento de la herramienta por parte de los encuestados

Fig. 16: Bloques del cuestionario final usado en esta investigación.



Fuente: Elaboración propia

Así pues, el cuestionario definitivo se divide en seis bloques como se observa en la figura 16 (la encuesta final se puede ver en el anexo 1 de esta tesis). El primero de ellos, destinado a recabar la información sobre la gestión del festival, correspondiente a las hipótesis HD1 y HD2, el segundo de ellos trata de encontrar las características propias del gestor, este segundo bloque corresponde a las hipótesis HD3 a HD8, el tercer bloque corresponde a tecnología e internet y las hipótesis HD9 y HD10, el cuarto bloque de titularidad y modelo financiero corresponde a las hipótesis HD11 y HD12, el quinto bloque de recursos, viabilidad e impactos hace referencia a las hipótesis HD13 y HD14. Finalmente, el último bloque trata de datos de identificación y sociodemográficos.

La estructura del cuestionario siguió el orden de los bloques presentados en la figura 16. Las variables de estudio que llenan esta estructura surgen del marco teórico, los objetivos y el trabajo desarrollado en esta tesis, así pues, se ha estimado la creación de variables haciendo referencia tanto a los términos de gestión de eventos y elementos del patrimonio cultural inmaterial con el fin de determinar el grado de influencia que estas tienen al momento de la gestión del festival de folklore. La tabla 16 presenta un resumen de las variables presentadas por cada hipótesis planteada, así mismo, las tablas 17-25 presentan la definición de las variables específicas elegidas para el cuestionario.

Tabla 16: Relación de las hipótesis con las variables del cuestionario

Hipótesis	Variables
HD1	V1 – V10
HD2	V11 – V20
HD3	V21 – V50
HD4	V51
HD5	V52
HD6	V53
HD7	V54
HD8	V55
HD9 y HD10	V56 – V68
HD11	V69
HD12	V70
HD13	V71 – V80
HD14	V81 – V90
Identificación	V91 – V94

Fuente: Elaboración propia

Variables correspondientes a la hipótesis HD1:

Tabla 17: Grado de importancia en la gestión del festival

Gestión: Misión, visión, Objetivos	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V1: Horarios y duración de las actuaciones	V6: Selección de artistas
	V2: Selección y uso de espacios	V7: Conocimiento y difusión del Patrimonio cultural inmaterial de cada grupo participante
	V3: Gestión de recursos: económicos y humanos	V8: Apropiación y transmisión de valor a la diversidad cultural
	V4: Gestión de actividades de la programación: conciertos, actividades paralelas	V9: Entender disposiciones y normas de cada grupo
	V5: Segmentación de público	V10: Promover y programar actividades de integración cultural en los grupos

Fuente: Elaboración propia

Variables correspondientes a la hipótesis HD2:

Tabla 18: Influencias en la selección de grupos participantes

Gestión: Misión, visión, Objetivos	Estética	Patrimonio cultural inmaterial
	V11: Calidad Estética	V16: Baile y música autóctonos
	V12: Trayectoria del grupo	V17: Valor patrimonial
	V13: Adornos, decorados, accesorios	V18: Instrumentos musicales autóctonos
	V14: Origen	V19: Colorido
	V15: Armonía entre baile y música	V20: Vestuario típico

Fuente: Elaboración propia

Variables correspondientes a la hipótesis HD3:

Tabla 19: Conocimientos importantes para la gestión del festival

Conocimientos	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V21: Estrategia y planificación	V26: Significación cultural de las representaciones artísticas
	V22: Normativa, legislación, contratación y propiedad intelectual	V27: Políticas culturales y directrices UNESCO
	V23: Gestión del tiempo, espacios y actividades	V28: Conocimiento de la diversidad cultural en el patrimonio inmaterial
	V24: Análisis de impactos	V29: Trabajo colaborativo y creación de redes
	V25: Gestión de recursos	V30: Conocimientos artísticos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20: Competencias importantes para la gestión del festival

Competencias	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V31: Planificación y organización	V36: Lingüística
	V32: Capacidad de análisis y razonamiento crítico	V37: Empatía y comunicación interpersonal
	V33: Diseño y coordinación de la programación	V38: Aprendizaje continuo de la herencia cultural (Patrimonio)
	V34: Aplicación de los conocimientos a la práctica	V39: Comprensión de las dimensiones interculturales y sociales
	V35: Toma de decisiones	V40: Respeto a la diversidad cultural

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21: Valores importantes en la gestión del festival

Valores	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V41: Sentido del orden y disciplina	V46: Acogida y hospitalidad
	V42: Compromiso	V47: Religiosidad y misticismo
	V43: Responsabilidad	V48: Tradición
	V44: Eficacia y productividad	V49: Identidad nacional
	V45: Eficiencia	V50: Belleza

Fuente: Elaboración propia

Variables correspondientes a la hipótesis HD4:

- V51: Edad

Variables correspondientes a la hipótesis HD5:

- V52: Área de estudios

Variables correspondientes a la hipótesis HD6:

- V53: Nivel de estudios

Variables correspondientes a la hipótesis HD7:

- V54: Tiempo en el cargo

Variables correspondientes a la hipótesis HD8:

- V55: País

Variables correspondientes a las hipótesis HD9 y HD10:

Tabla 22: Actividad tecnológica e internet del festival

Actividad		App	R.S	Int.
1	V56: Informar novedades (Horarios, line up)			
2	V57: Ofrecer promociones y descuentos			
3	V58: Facilitar la colaboración del público en el diseño del festival (Cartel, espacios...)			
4	V59: Fomentar y dar a conocer al público los valores culturales de los pueblos representados en el festival			
5	V60: Ofrecer retransmisión por streaming			
6	V61: Notificar actividades durante la celebración del festival			
7	V62: Posibilidad de compartir actividades y opiniones en tiempo real entre usuarios a través de fotos, videos, Hashtags...			
8	V63: Posibilidad de personalización a usuarios (crear agendas, rutas...)			
9	V64: Publicar material multimedia de lo que ha sido el festival este año y/o anteriores			
10	V65: Realizar encuestas de satisfacción			

■ : Antes del festival   ■ : Durante el festival   ■ : Después del festival

Fuente: Elaboración propia

- V66: Paquetes informáticos que maneja
- V67: Uso de redes sociales
- V68: Herramientas web

Variables correspondientes a la hipótesis HD11:

- V69: Titularidad

Variables correspondientes a la hipótesis HD12:

- V70: Modelo financiero

Variables correspondientes a la hipótesis HD13:

Tabla 23: Recursos importantes en la gestión del festival

Recursos	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V71: Presupuesto y financiación suficiente	V76: Posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG...en referencia al PCI
	V72: Espacios adecuados	V77: Diversidad de músicas y bailes
	V73: Infraestructura y equipamientos apropiados	V78: Arte autóctono y único
	V74: Ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	V79: Dar a conocer el PCI local de la región donde se realiza el festival
	V75: Número de trabajadores suficiente y competente para la actividad	V80: Opción de formalizar workshops, seminarios...de PCI con presencia de expertos durante el festival

Fuente: Elaboración propia

Variables correspondientes a la hipótesis HD14:

Tabla 24: Impactos importantes en la gestión del festival

Impactos	Gestión	Patrimonio cultural inmaterial
	V81: Viabilidad económica	V86: Participación
	V82: Interés político	V87: Turismo cultural
	V83: Creación de empleo	V88: Cohesión social
	V84: Sostenibilidad medioambiental	V89: Difusión del PCI
	V85: Calidad artística	V90: Dialogo intercultural

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25: Otras Variables de identificación incluidas en el cuestionario

Otras variables de identificación	Festival	Director
	V91: Nombre del festival V92: Dirección web V93: Tipo de festival	V94: Cargo

Fuente: Elaboración propia



Habiendo definido estas variables para cada hipótesis planteada, se procedió a organizar las preguntas del cuestionario para su evaluación y test inicial. Por tanto:

- Los tipos de preguntas que se han optado son:
  - Cerrada tipo si/no
  - Cerrada categorizada y de valoración escala Likert.
  - De acción

En el cuestionario final, las preguntas cerradas y de valoración numérica corresponden a valores del 1-10 siendo 1 el menos importante y 10 el más importante, para las preguntas con valoración escala Likert el rango definido fue de 1 – 5 siendo 1 poco importante y 5 muy importante. El cuestionario se distribuyó en dos idiomas (inglés y español).

### **Técnica de muestreo**

Como se ha mostrado en el apartado universo de estudio de esta tesis, se ha realizado, en un primer momento, una base de datos de festivales a los cuales estudiar, posteriormente, a partir de los criterios establecidos, determinar el universo final. Por tanto, se utiliza para la concreción de la muestra de estudio un muestreo bietápico.

La recogida de datos se realiza a través de un muestreo no probabilístico por cuotas. Como se estableció anteriormente, el cuestionario busca asegurar la representatividad y la simetría de los datos, por tanto, las cuotas definidas para el estudio se han realizado acorde a número de países y numero de festivales.

Además, para esta muestra se ha tenido en cuenta también lograr la representatividad del 25% del universo, ya que para cuestionarios auto-cumplimentados este es el valor en el que se consideraría éxito (Larson, 2005; Manfreda et al., 2008)

En la tabla 26, se observan, de manera horizontal la zona demográfica que se representa y en forma vertical, el número de países incluidos en el universo y la muestra final, las cuotas en este caso mantienen similitudes en ambos casos.

Tabla 26: Cuotas por número de países que organizan festivales de folklore

Universo			Muestra		
Zona demográfica	Total de países	% Países	Total de países	% Países	
Europa	Europa central	8	8,8%	6	10,71%
	Europa del norte	7	7,7%	4	7,14%
	Europa del sur	5	5,5%	4	7,14%
	Europa del este	16	17,6%	11	19,64%
	Europa del oeste	3	3,3%	3	5,36%
América	América del norte	3	3,3%	3	5,36%
	América central	4	4,4%	3	5,36%
	América del sur	8	8,8%	6	10,71%
	Caribe	2	2,2%	1	1,79%
África	África del norte	3	3,3%	1	1,79%
	África occidental	5	5,5%	2	3,57%
	África central	1	1,1%	1	1,79%
	África oriental	2	2,2%	1	1,79%
	África del sur	2	2,2%	1	1,79%
Asia	Asia del norte	0	0%	0	0%
	Asia del sur	3	3,3%	1	1,79%
	Asia central	0	0%	0	0%
	Asia del este	5	5,5%	2	3,57%
	Asia del sudeste	3	3,3%	2	3,57%
	Asia occidental	2	2,2%	1	1,79%
Oceanía	9	9,9%	3	5,36%	
Total	91	100%	56	100%	

Fuente: Elaboración propia

Cabe anotar que la diferencia en esta muestra ocurre en la región de Oceanía con una diferencia del 5%, esta discrepancia, evidentemente mayor que las demás, se explica porque en esta región se encontró que algunos de los países que organizaban festivales y que se incluyeron en la base de datos, en ese momento, ya no hacen parte de la programación o se ha decidido no celebrarlos más.

De igual forma, en la tabla 27, se presentan de manera horizontal la zona demográfica que se representa y en forma vertical, el número de festivales que se llevan a cabo en los distintos países incluidos en el universo y la muestra final, las cuotas en este caso mantienen similitudes en ambos casos.

En el caso de que esta muestra de 120 elementos hubiese sido seleccionada de manera aleatoria sobre el universo de 473 festivales de folklore identificados previamente, el margen de error asumido sería de  $\pm 7.7\%$  (con un 95% de nivel de confianza).

Tabla 27: Cuotas por número de festivales de folklore organizados por los diferentes países que conforman las regiones demográficas

Universo			Muestra		
Zona demográfica	Total de festivales	% Festivales	Total de festivales	% Festivales	
Europa	Europa central	101	21%	25	21%
	Europa del norte	17	4%	4	3%
	Europa del sur	83	18%	20	17%
	Europa del este	85	18%	21	18%
	Europa del oeste	70	15%	17	14%
América	América del norte	19	4%	4	3%
	América central	10	2%	3	3%
	América del sur	34	7%	9	8%
	Caribe	3	1%	1	1%
África	África del norte	4	1%	1	1%
	África occidental	5	1%	2	2%
	África central	1	0%	1	1%
	África oriental	2	0%	1	1%
	África del sur	3	1%	1	1%
Asia	Asia del norte	0	0%	0	0%
	Asia del sur	4	1%	1	1%
	Asia central	0	0%	0	0%
	Asia del este	9	2%	3	3%
	Asia del sudeste	5	1%	2	2%
	Asia occidental	4	1%	1	1%
Oceanía	14	3%	3	3%	
<b>Total</b>	<b>473</b>	<b>100%</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia

Así pues, en la tabla 28 se presenta la ficha técnica del estudio en la que se resumen las principales características finales de la investigación.

Finalmente, el tratamiento de los datos se ha realizado a través del programa de software SPSS 25.

Tabla 28: Ficha técnica resumen del estudio

<b>Universo</b>	Festivales de folklore internacional celebrados en el año 2016 que cumplen los criterios de más de dos ediciones, dos o más días de duración, hospitalidad y un mínimo de seis actos-conciertos y de carácter periódico
<b>Método de recogida de la información</b>	Cuestionario enviado por email
<b>Ámbito geográfico</b>	Mundial
<b>Cuestionarios enviados</b>	473
<b>Tamaño final de la muestra</b>	120
<b>Porcentaje final de la muestra</b>	25,37 %
<b>Unidad muestral</b>	Director / gestor del festival
<b>Representatividad</b>	Por zonas a nivel global y pertenecientes a asociaciones IOV-CIOFF-FIDAF
<b>Técnica de muestreo</b>	No probabilístico por cuotas
<b>Fecha del trabajo de campo</b>	Junio 2017 a Febrero 2018

Fuente: Elaboración propia

### **Recopilación de datos**

Después de tener el cuestionario definitivo, se procedió con un proceso de maquetación y encriptado en PDF para hacer que el cuestionario fuese autocompletado en el mismo formato que se envía sin posibilidad de modificación de sus características, así pues, estos fueron enviados vía email a los diferentes directores de festivales de folklore pertenecientes a la base de datos creada para esta tesis. Los cuestionarios se administraron en español e inglés y fueron enviados acorde con la lengua materna y lugar de procedencia de los directores para no excluir a ninguno.

En cada email se adjuntó el cuestionario en formato PDF (anexo 1) para que cada director pudiese llenarlo fácilmente junto con un texto introductorio-explicativo del

procedimiento a realizar. Este trabajo duro en torno a los ocho meses, teniendo tres fases significativamente diferenciadas:

- La primera de ellas fue el envío del correo electrónico correspondiente, en esta etapa se visualizó la respuesta de 30 festivales los cuales manifestaron no realizar más el festival, por diferentes motivos, principalmente económicos.
- La segunda fase consistió en el reenvío de los cuestionarios por email a los directores que no se recibió respuesta, o que no habían guardado sus respuestas adecuadamente en el archivo PDF.
- La tercera fase, consistió en la llamada telefónica a aquellos directores que no se recibió respuesta.

Finalmente, se obtuvieron 143 respuestas de directores de festivales, pero algunas de ellas mostraban inconsistencias en las respuestas obtenidas, por lo que se depuró la base de datos, conformando así un total de 120 cuestionarios para su análisis, equivalente a una representación de un 27,08% (teniendo en cuenta la baja de 30 festivales) o de un 25,37% de todo el universo.

### **Análisis de los datos**

La tabulación de los datos se ha realizado en el programa informático SPSS 25. En este programa es necesario suministrar una matriz de datos relacionada con las diferentes variables del estudio, para este trabajo las variables han sido tanto numéricas como no numéricas, clasificadas a su vez en ordinales o nominales.

Las técnicas aplicadas en este estudio corresponden a análisis factorial, de componentes principales, conglomerados o K-medias, discriminante, alpha de cronbach, de medidas de asociación y anova.

#### 4.5.2.2 Herramienta cualitativa: Entrevistas en profundidad y grupos de discusión

Este apartado describe la segunda parte del diseño metodológico para los directores de festivales de folklore y la elección de grupos de discusión y entrevistas en profundidad como herramientas complementarias para conocer la realidad mediante su lenguaje, ya que “con su lenguaje, el ser humano puede representar la realidad, crearla o modificarla” (Herrera y Palau, 2017), de igual manera y como afirma Porto y Ruiz (2014), “los métodos cualitativos, que utilizan el lenguaje natural, son mejores para obtener acceso al mundo de la vida de otras personas en breve tiempo”, de esta forma, “mediante el análisis e interpretación de sus discursos nos llevarán al origen y al proceso de formación de unidades de sentido más allá del contenido manifiesto de los mismos” (Ibáñez, 1979) citado en (Herrera y Palau, 2017).

El motivo de elección de las herramientas cualitativas radica en el hecho de que para ahondar en el significado que sobre las decisiones de gestión de los directores de festivales de folklore tiene el patrimonio cultural inmaterial se hace necesario también analizar su discurso en el propio campo y espacio de tiempo del festival, por lo tanto, mediante un planteamiento interpretativista/constructivista donde el investigador adquiere el papel protagonista colector de la información, se profundiza en la búsqueda de respuestas a las hipótesis planteadas, “reduciendo el análisis a ámbitos limitados de la experiencia, usando la inmersión en los contextos que ocurre” (Pérez, 2016).



### **Grupo de discusión**

El grupo de discusión se ha consolidado, junto con la entrevista y la observación participante, como una de las técnicas más utilizadas para la recogida de información cualitativa. (Herrera y Palau, 2017).

Porto y Ruiz (2014) afirman que “El grupo de discusión es fundamentalmente un dispositivo que se establece sobre la base de la identidad social y sus representaciones, siendo estas representaciones sociales las formas de conocimiento colectivamente elaboradas y compartidas” y que para conseguir información, los grupos de discusión tienen como punto de referencia el proceso de debate que se lleva a cabo entre el moderador y los participantes.

El grupo de discusión es una técnica de gran interés no solo por la practicidad de conducir una investigación sino también por la posibilidad de intercalar con las metodologías cuantitativas, potenciando así la triangulación metodológica que refuerzan el diseño de este trabajo empírico, en esta relación Krueger (1991, pp. 44-45) afirma que:

1. De manera precedente: La finalidad y principal valor añadido sería descubrir, de antemano, posibles esquemas actitudinales entre el público objetivo.
2. Uso paralelo: A veces, el investigador puede desear realizar una triangulación: dos o más métodos distintos de investigación se emplean para estudiar un mismo problema con el fin de confirmar hallazgos y obtener información amplia y profunda al mismo tiempo.

3. Utilización a posteriori. Los cuestionarios arrojan una considerable cantidad de datos y los grupos de discusión pueden aportar luz sobre el significado e interpretación de los resultados. Además, pueden sugerirnos estrategias de acción a seguir en los problemas que el cuestionario ya nos había revelado.

4. De forma independiente. Los grupos podrían bastar por sí mismos en aquellas ocasiones en que la intuición, la comprensión y la explicación son más importantes que los números.

### **Diseño y estructura de los grupos**

Tomando como base los pasos que propone Vallés (1997) sobre la estructura de los grupos de discusión:

a. Propósitos de investigación aplicada a un campo, con especial atención a una serie de objetivos de carácter exploratorio o preparatorio (familiarización con un tema, probar o testar cuestionarios, valoración de las reacciones ante un producto, cambio de imagen u orientación, etc.).

b. Lugar habitual de realización en escenarios formales (no naturales) de entrevista. En el desarrollo de esta tesis, ha sido de gran importancia este paso pues se han realizado en espacios formales de integración y encuentro tanto de directores, como de profesionales y artistas dentro del mismo periodo del festival, por lo que no se ha tenido que incurrir en adaptar los espacios a los perfiles de los actuantes dentro de los grupos.

c. Estilo de moderación. El tipo de moderación puede ser diverso en función del rol que desempeñe el conductor de la dinámica de grupo: moderación semi-dirigida o dirigida, sin interferir en la espontaneidad del discurso de los participantes que integran el grupo (Porto y Ruiz, 2014).

Así pues, la figura 17 muestra el proceso de diseño seguido para los grupos de discusión.

Fig. 17: Diseño de los grupos de discusión.



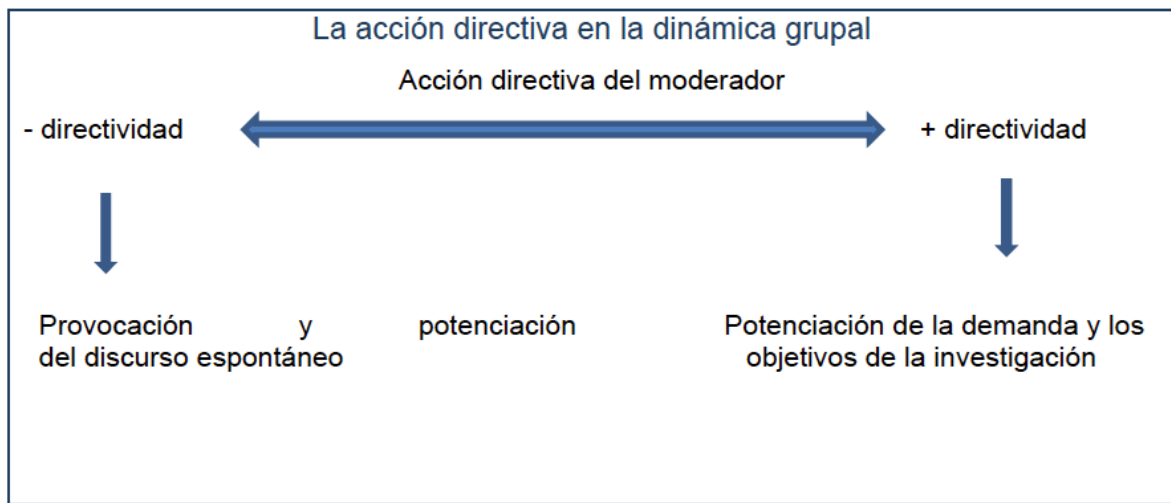
Fuente: Elaboración propia a partir de Vallés (1997), Kleiber (2004) y Porto y Ruiz (2014)

Los grupos de discusión operan con la asunción de que el total es más grande que la suma individual de sus partes (Kleiber, 2004), de esta manera, mediante la aplicación de esta herramienta se permite conocer más de cerca cómo profesionales del sector, investigadores especializados y gestores en general conciben los principales retos de gestión en el sector de los festivales de folklore y las competencias necesarias que necesitan ser desarrolladas para la perduración de estos en el tiempo, así como perseguir los objetivos de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial.

La primera fase de esta metodología de investigación corresponde a la selección y la composición de los participantes, en los que se pretende lograr determinadas relaciones sociales entre profesionales y directores de festivales, manteniendo un mínimo de homogeneidad para mantener la simetría de la relación entre los componentes del grupo y un mínimo de heterogeneidad entre los miembros del grupo para lograr llevar a cabo la discusión (Herrera y Palau, 2017). El espacio viene establecido por el lugar donde se lleva a cabo el evento o festival.

La segunda fase, versa sobre el esquema de actuación, en este bloque se incluye el moderador, el inicio de la discusión y las relaciones que se forman mediante la discusión. Para lograr esta fase, se ha preparado un guion de grupos de discusión semiestructurado donde el moderador ha podido prepararse para guiar el grupo. El moderador constituye una parte esencial en esta metodología, pues es el que conduce la dinámica hacia los objetivos de la investigación, entre mas estructurado dirija la dinámica, menos oportunidades para lograr nuevos descubrimientos y menos caóticos resultaran los datos, en cambio entre menos estructurado sea la dinámica, usualmente producirá más descubrimientos pero también más retos al momento de analizar (Kleiber, 2004). La figura 17 ilustra los resultados de la acción directiva del moderador.

Fig. 18: Acción directiva del moderador.



Fuente: Herrera y Palau (2017, p. 21)

La última fase corresponde al análisis e interpretación de los datos, para ello se hace necesario registrar los discursos del grupo de discusión mediante una toma de audio, realizar su transcripción, para posteriormente volcar esa información al software de análisis cualitativo (Nvivo 11) para realizar su análisis interpretativo.

La tabla 29 muestra una ficha resumen de los grupos de discusión realizados en esta investigación.

Tabla 29: Resumen características de los grupos de discusión llevados a cabo

Fecha	Objetivo	Moderador	Lugar	Participantes		
20 Julio / 2017	Corroborar marco teórico para estructura y preguntas de cuestionario	Comunicador social- University of Niš	University of Niš	Personal académico / University of Niš	Directivos de festivales de folklore	
			Niš / Serbia	3	4	
8 Julio / 2018	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales y política	Investigador	Hotel Karina	Directores de grupos artísticos	Directores de festivales	
			Bursa / Turquía	4	4	
2 Abril / 2019	Profundizar en elementos de la investigación en el patrimonio cultural inmaterial y gestión de festivales	Investigador	Sharjah cultural palace	Académicos	Directores de grupos artísticos	Directores de festivales
			Sharjah / EAU	3	3	3

Fuente: Elaboración propia

### Entrevistas en profundidad

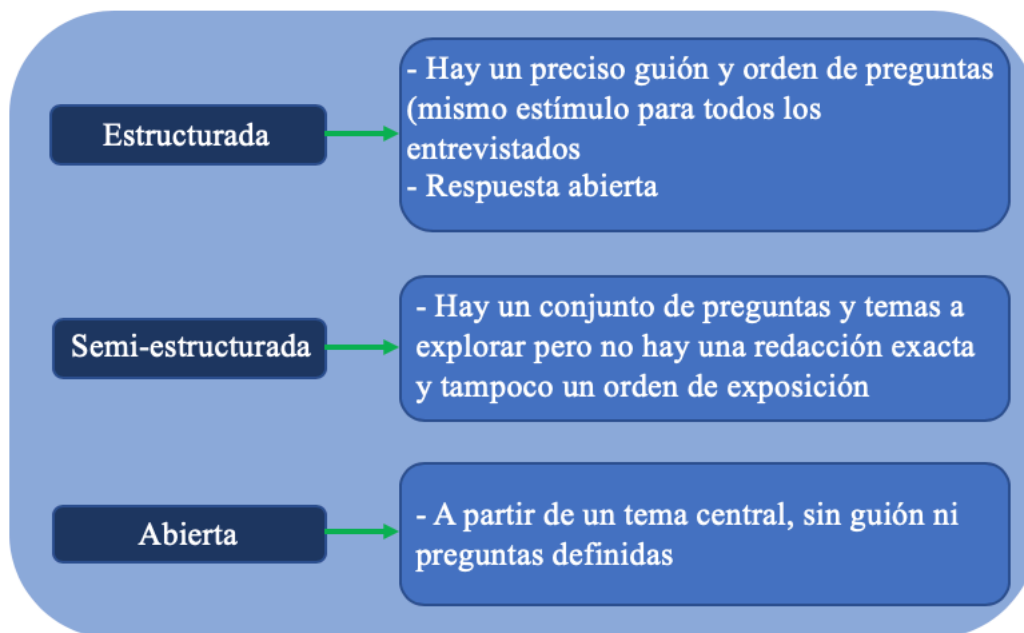
Buscando conocer más de cerca y con mayor profundidad las opiniones de algunos de los directores de folklore más relevantes a nivel mundial sobre la influencia que el patrimonio cultural inmaterial genera en sus decisiones de gestión, se ha considerado que la técnica mas relevante y adecuada para obtener esta información en una triangulación metodológica es la entrevista, la cual es considerada como uno de los instrumentos más poderosos de la investigación (McCracken, 1991), así mismo según indican Estrada y Deslauriers (2011) la entrevista tiene un importante potencial para permitir acceder a la parte mental de las personas, pero también a su parte vital a través de la cual se descubre la cotidianidad y las diferentes relaciones sociales que mantienen.

De igual forma Corbetta (2007, p.344) define a la entrevista en profundidad como: “una conversación provocada por el investigador, realizada a sujetos seleccionados a partir

de un plan de investigación, en un número considerable, que tiene una finalidad de tipo cognitivo, guiada por el entrevistador, y, con un esquema de preguntas flexible y no estandarizado”.

### Diseño y estructura de las entrevistas en profundidad

Fig. 19: Tipos de entrevistas.



Fuente: Herrera y Palau (2017)

Dentro de los diferentes tipos de entrevista que existen, el modelo seguido en esta investigación es la entrevista semiestructurada, en la que hay un conjunto de preguntas y temas a explorar, pero no hay una redacción exacta y tampoco un orden de exposición.

Con el objetivo de profundizar en los aspectos de gestión y la influencia que el patrimonio cultural inmaterial ejerce sobre sus decisiones, siguiendo las indicaciones de Vallés (2002, p. 55), el diseño de las entrevistas tuvo un grado exploratorio en primera instancia para

después ser de profundización para integrarlo con el trabajo cuantitativo, guiado para obtener la riqueza conceptual y material detallado de los entrevistados para ser usado en el análisis cualitativo posterior (DeMarrais, 2004). Así pues, se ha creado un guion de entrevista buscando respuestas abiertas sobre cuestiones cerradas.

Fig. 20: Diseño de entrevistas en profundidad.



Fuente: Elaboración propia a partir de Demarrais (2004) y Vallés (2002).

### Guion de entrevista

Al igual que el proceso de diseño de la encuesta, el guion de las entrevistas a profundidad se ha dividido en cinco bloques: introducción, gestión, la figura del gestor del festival de folklore, tecnología e internet y recursos viabilidad e impactos, así pues, el primero de ellos se incluyó una breve introducción sobre el tema de la entrevista, de forma que las personas entrevistadas comprendieran el sentido de esta, así como los objetivos, la relevancia para la investigación y lo más importante conocer su opinión y experiencia personal en la gestión del festival de folklore; en el segundo bloque de gestión tratamos los temas de actividades claves importantes para el éxito o fracaso de su festival, las mayores dificultades de la gestión y el nivel de profesionalización del sector; En el tercer bloque se afrontan temas como los retos del gestor, conocimientos, competencias y valores para la realización del



festival, la historia personal y profesional de cada director y el tipo de educación idónea para ejercer una excelente labor como director de un festival de folklore; en el cuarto bloque se abordaron los temas sobre la transformación del sector debido al cambio tecnológico y su evolución en el tiempo de las comunicaciones de cara a la gestión del festival, los usos actuales y la visión a futuro del uso de estas. Finalmente, en el quinto bloque se abordaron aspectos como los retos en la obtención de recursos, la viabilidad de un festival y los principales impactos que genera tanto económicos como sociales.

Al final de las entrevistas se han incluido preguntas conclusivas con comentarios abiertos que pudiesen añadir de manera libre y agradecimientos por el tiempo de la entrevista.

Una vez diseñado el guion de entrevista se pasa a seleccionar la muestra de los entrevistados, en este sentido se han establecido dos criterios, el primero y muy importante es -al igual que en la herramienta cuantitativa- garantizar la diversidad de la población de directores de festivales con el fin de no sesgar la información a un grupo exclusivo mayoritario o predominante que en este caso sería el Europeo; el segundo criterio ha sido el de buscar perfiles concretos, una vez se han cumplido estos criterios, la variable de cantidad de entrevistas o representatividad se dará por la saturación de discurso, es decir, cuando una nueva entrevista no aporta más información relevante para la investigación (Kvale, 2011; Gómez Ferri et al., 2012).

Dado a que este trabajo se ha desarrollado durante diferentes espacios de tiempo y en paralelo con el estudio de los artistas, la selección de los directores se hizo en base al desarrollo del trabajo de campo durante 2016 a 2018 con directores de festivales claves, responsables de

crear circuitos para grupos artísticos en Colombia, Rumania, Serbia y Moldavia en 2017 y Norte de Chipre, Grecia, Turquía y China en 2018. La mayoría de estas entrevistas fueron desarrolladas en el momento que se llevaba a cabo el festival de folklore de manera presencial en la ciudad donde se encontraba el entrevistado cumpliendo así con lo que autores como Valles (2002) recomiendan de la importancia de que el condicionamiento sea el más favorable posible a los intereses del estudio. Es muy importante la observación desde las entrevistas, no es tan solo el registro de voz de un protagonista, sino también dirigirse a sus barrios o casas y realizar una valoración añadida de lo que está aportando.

Así mismo, garantizando el criterio de diversidad, se desarrollaron algunas entrevistas vía telefónica con directores de festivales en África, debido a la imposibilidad de asistir durante estos años a uno de sus festivales en el punto de origen.

Las entrevistas fueron grabadas en su totalidad, para su posterior transcripción y análisis en el software Nvivo 11, este paso es importante pues como señala Herrera y Palau (2017) es esencial transcribir que al conservar y recuperar la información que proporciona la entrevista es esencial para descubrir los conceptos sensibilizadores que se utilizarán en la organización de los datos.

En la tabla 30 se presenta un resumen de las fechas de las entrevistas y los diferentes lugares donde se llevaron a cabo.

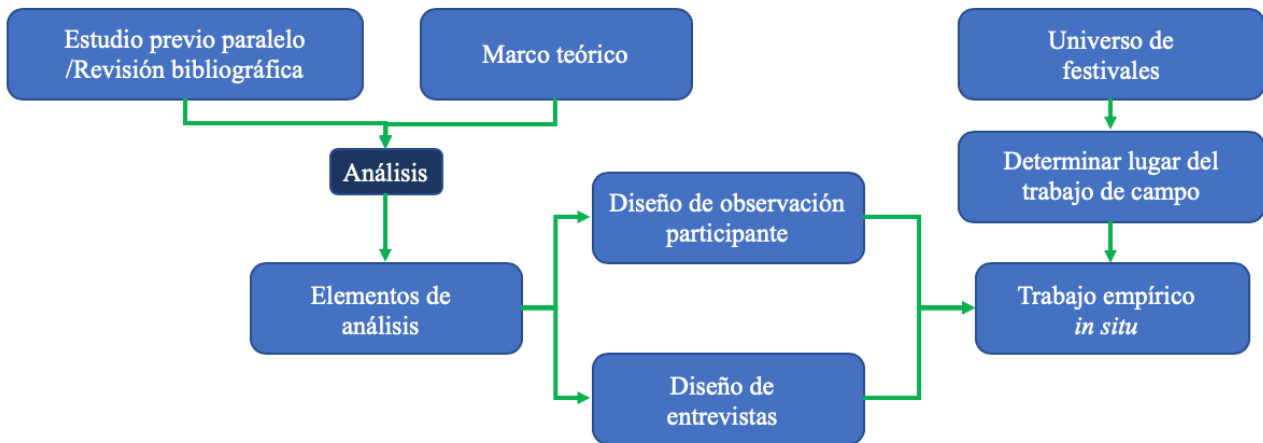
Tabla 30: Directores de festivales de folklore entrevistados

Fecha	Objetivo	Entrevistador	Lugar	Director entrevistado	Cod.
24 Junio / 2017	Explorar elementos del marco teórico de la investigación.	Investigador	Str. Alba iulia 81/2, of. 38.	Viorica Oprea	DE_1
			Chisinau / Moldavia	Festivalul Neamului “Stefan Cel Mare Si Sfant”	
4 Julio / 2017	Explorar elementos del marco teórico de la investigación.		Golden Spirit hotel	Angelica Herac	DE_2
			Baile Herculane / Rumania	47th edition of the international folklore festival Hercules	
4 Diciembre / 2017	Profundizar en elementos de la investigación en el patrimonio cultural inmaterial y gestión de festivales		Carrera 16, 16-25	Elvis Sánchez	DE_3
			Yopal/Colombia	IX encuentro nacional e internacional de danza folclórica “El Yopo”	
16 Diciembre / 2017	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales y política		Entrevista telefónica	Harouna Kabre	DE_4
				International festival of tolerance folkloric / Burkina Faso	
15 Febrero / 2018	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales, turismo cultural y tecnología		DongFang hotel	Yajing Xue	DE_5
			Beijing / China	Chinese New Year celebration	
25 Junio / 2018	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales, turismo cultural y política		Ve Dinlenme Tesisleri	Faruk Alkaya	DE_6
			Iznik / Turquía	The international Iznik folklore festival 2018	
3 Julio / 2018	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales, turismo cultural y política		Hotel Karina	Özlem K5adiraga	DE_7
			Bursa / Turquía	23th International Iskele municipality folk dance festival / Norte de Chipre	
2 Agosto / 2018	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales y turismo cultural		Protessilaos hotel	Vassileos Asderakis	DE_8
			Nea Anchialos / Grecia	5th International traditional festival of Nea Anchialos	
2 Abril / 2019	Profundizar en aspectos de la gestión de festivales y tecnología en la gestión del patrimonio cultural inmaterial	Sharjah cultural palace	Javier Rodrigo Ilarri	DE_9	
		Sharjah / EAU	IOV - Europa		

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3 Diseño metodológico para artistas participantes de festivales de folklore

Fig. 21: Secuencia del diseño metodológico para los artistas.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 21 se detalla el proceso que se llevó a cabo en esta sección del diseño metodológico, en el que se definen dos procesos paralelos de actuación, por una parte se define el universo de festivales y los festivales donde se llevara a cabo el trabajo de campo (ver tablas 14 y 15); y por otra parte se realiza una revisión básica sobre los conceptos que se enmarcan en la creación artística referente al patrimonio cultural inmaterial, esta revisión junto con el estudio previo realizado permitieron establecer unos elementos de análisis para realizar el diseño de la observación participante y las entrevistas en profundidad, finalmente se definió para esta sección el uso de la herramienta cualitativa de manera descriptiva, debido a la escasa información académica encontrada al respecto (Herrera y Palau, 2017) dentro de un planteamiento interpretativista / constructivista, de igual forma como se planteó para el caso de los directores de festivales de folklore.

### Elementos de análisis

Para llevar a cabo el diseño metodológico y comprobar las diferentes hipótesis planteadas para los artistas se han determinado unos elementos de análisis para tener en cuenta durante el desarrollo del trabajo in situ de la investigación, estos elementos se detallan en las tablas 31 a 36.

Elementos de estudio correspondientes a la hipótesis HA1:

Tabla 31: Valoración de conocimientos para la creación artística.

Conocimientos	Arte	Patrimonio cultural inmaterial
	Habilidades técnicas artísticas	Diversidad cultural
	Criterios artísticos	Arte identitario a representar
	Mecanismos de la industria cultural y de mercado	Políticas culturales
	Perspectiva histórica del arte	Significación cultural de las representaciones creadas
	Gestión de recursos artísticos	Trabajo colaborativo y en redes

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32: Valoración de competencias para la creación artística al momento de participar del festival de folklore.

Competencias	Arte	Patrimonio cultural inmaterial
	Análisis y crítica artística	Capacidad de comunicar rasgos identitarios de un pueblo
	Toma de decisiones	Respeto a la diversidad cultural
	Planificación y organización	Lingüística
	Investigación artística	Aprendizaje continuo de la herencia cultural (patrimonio)
Trabajo en equipo y multicultural	Difundir el PCI a través de la creación artística	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Valoración de valores del grupo artístico al momento de participar del festival de folklore.

Valores	Arte	Patrimonio cultural inmaterial
	Responsabilidad	Investigación del PCI
	Creatividad	Identidad nacional
	Belleza	Religiosidad y misticismo
	Sentido de orden y disciplina	Sensibilidad hacia el PCI
	Comunicación	Tradicición

Fuente: Elaboración propia

Elementos de estudio correspondientes a la hipótesis HA2:

Tabla 34: Valoración de Motivaciones al momento de participar en un festival de folklore.

Motivaciones	Artísticas	Culturales	Profesionales
	Características de Escenario, iluminación, y elementos técnicos del espectáculo	Mostrar la belleza, historia del país o región	Hacer contactos profesionales
	Opciones de participar y dirigir workshops	Realizar actividades de turismo	Calidad en el tipo de acomodación del festival
	Conocer diferentes expresiones artísticas	Participar en eventos de integración cultural	Numero de ediciones que lleva el festival
	Disfrutar del hacer arte	Festival como soporte para la difusión del PCI	Excelencia de la Organización del festival

Fuente: Elaboración propia

Elementos de estudio correspondientes a las hipótesis HA3, HA4, HA5, HA6, HA9 y HA10.

Tabla 35: Elementos identificativos del artista participante

Hipótesis	Elementos de estudio
HA3	Edad
HA4	Área de estudios
HA5	Nivel de estudios
HA6	País
HA9	Titularidad
HA10	Modelo financiero

Fuente: Elaboración propia

Elementos de estudio correspondientes a la hipótesis HA7 y HA8:

Tabla 36: Actividad tecnológica e internet del grupo participante

	Actividad	App	R.S	Int.
1	Contacto y búsqueda de festivales			
2	Promocionar espectáculos artísticos			
3	Informar actividades generales del grupo			
4	Fomentar y dar a conocer al público los valores culturales de los pueblos que representaran en el festival			
5	Comunicar actividades realizadas durante el festival			
6	Crear y subir contenido artístico			
7	Posibilidad de compartir actividades y opiniones en tiempo real entre usuarios a través de fotos, videos, Hashtags,...			
8	Posibilidad de tomar contactos personales/profesionales			
9	Publicar material multimedia de lo que ha sido su participación en el festival este año y/o anteriores			
10	Enviar contenido para futuras participaciones			

□ : Antes del festival      ■ : Durante el festival      ■ : Después del festival

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3.1 Observación participante:

Esta es la técnica más clásica en investigación cualitativa, en la que se une la acción de observar como instrumento de recogida de datos con una inmersión total en el segmento de la sociedad estudiado (Corbeta, 2007).

Debido a que el estudio se centra en el fenómeno del festival y en la apropiación del patrimonio cultural inmaterial por parte de los artistas que lo crean y desarrollan, fue determinante el hecho de realizar el estudio de los artistas durante el momento del festival, esto implicó un desplazamiento y una vinculación a diferentes grupos durante 2016-2018, para construir una visión “desde dentro” de la realidad social del festival partiendo de las premisas expuestas por Corbeta (2007, p. 327):

a) un conocimiento social pleno sólo se puede realizar a través de la comprensión del punto de vista de los actores sociales, mediante un proceso de identificación con sus vidas, y b) esta identificación solo se puede realizar con una plena y completa participación en su cotidianidad, en una integración continua y directa con los sujetos estudiados”

Para Vallés (1997), dentro del estudio por observación participante, existen diferentes tipos de roles sociales para acceder a la información:

- Completo participante.
- Participante como observador.
- Observador como participante.
- Completo observador.

Para este estudio en particular, se definió seguir el rol de Completo participante de la acción social estudiada, pues el hecho de adentrarse en un grupo implicaba la realización de una labor específica, por lo que debía ocultarse la actividad de observación y predominar la implicación en las dinámicas observadas. Así mismo, el grado de estructuración y sistematicidad de las observaciones fue variando con el tiempo, en un principio en 2016 se hizo un abordaje que fue más abierto y exploratorio para tomar algunas premisas y categorías para en los años siguientes en los que ya se observaba el fenómeno con mayor grado de sistematicidad. La experiencia muestra como las observaciones sistemáticas suelen ser más provechosas cuando vienen precedidas por observaciones asistemáticas e inespecíficas que, de alguna manera abordan la observación del fenómeno social en su conjunto o totalidad (Tellez, 2007).



En la primera etapa de la observación fue de tipo exploratorio observando aspectos habituales como el contexto físico, social, interacciones formales e informales y las interpretaciones de los actores sociales hacia la investigación (Corbetta, 2007, p. 345), posteriormente en la segunda etapa, con un marco teórico claro se definieron diferentes hipótesis e interrogantes de partida que dieron lugar a una observación sistemática y estructurada con categorías establecidas que rigieron la observación, estas fueron:

- La creación artística.
- Conocimientos, competencias y valores de un artista.
- Entorno de gestión.
- El uso de aplicaciones digitales, internet y redes sociales.
- Titularidad y modelos financieros de participación exclusivos a la participación en un festival de folklore.

La observación se realizó en los lugares mostrados en la tabla 15, con cuatro diferentes grupos artísticos que fueron parte del estudio, tanto en la fase exploratoria como en la fase final del estudio.

Finalmente, el registro de la información se hizo a través de toma de notas y digitalización de estas en periodos no mayores a 72 horas, para evitar la pérdida material, se registraron hechos, interpretaciones personales, reflexiones teóricas ante la situación observada e interpretaciones de los sujetos estudiados de acuerdo con los tipos de notas establecidos por Vallés (1997). La tabla 37 muestra en detalle las fechas y lugares donde se realizó la observación.

Tabla 37. Fechas, grupos y lugares donde se llevó a cabo la observación participante

Fecha	Objetivo	Observador	Lugar de la observación	Grupo observado / Festival
1 Julio – 9 Agosto / 2016	Explorar los sujetos de estudio para determinar elementos de estudio posteriores	Investigador	Norte de Chipre / Turquía / Grecia	Compañía artística manglares / Colombia
14 Septiembre – 4 Octubre / 2016				21st International Iskele municipality folk dance festival / 30th international Golden karagoz folk dance competition; TUFAG 30 International folk dance festival / 3rd International traditional festival of Nea Anchialos; Poseidonia 2016
22 – 30 Junio / 2017	Observar relaciones entre los sujetos y comportamientos dentro del festival relacionadas con las categorías de estudio		China	Ballet folclórico de Casanare / Colombia
14 – 27 Febrero / 2018				Luoyang Heluo international cultural tourism festival; Shanxi Yuncheng international tourism festival; Beijing international tourism festival
23 Junio – 13 Julio / 2018	Norte de Chipre / Turquía		Moldavia	Grupo de baile sur de Andalucía / España
25 Junio – 20 Julio / 2019				Festivalul Neamului “Stefan Cel Mare Si Sfânt”
	China		Turquía	Ballet Raíces Nuevas / Argentina
				Chinese New Year celebration
	Norte de Chipre / Turquía		Turquía	Ballet folclórico de Casanare / Colombia
				The international Iznik folklore festival 2018; TUFAG 32nd International folk dance festival; 32nd international Golden karagoz folk dance competition
	Norte de Chipre / Turquía	Norte de Chipre / Turquía	Ballet Raíces Nuevas / Argentina	
			10 <sup>th</sup> Lapta international tourism festival; 24 <sup>th</sup> International Iskele municipality folk dance festival / 33th International golden Karagöz folk dance competition; 7 <sup>th</sup> International golden furniture folk dance competition	

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5.3.2 Entrevistas en profundidad:

Ante el estudio de los artistas mediante la metodología de la observación participante, es inevitable que en ciertas situaciones la investigación se convierta a una forma de entrevista formal debido a las interpretaciones que los actores sociales hacen sobre la investigación. Así pues, tras la primera fase exploratoria de los artistas y la definición de una estructura de investigación mediante la observación participante, paralelamente se desarrolló un guion de entrevista de uso de profundización más que exploratorio.

El uso de las entrevistas en profundidad para el caso de los artistas participantes del festival de folklore se diseñó con el fin de profundizar en los diferentes elementos de estudio que sirvieron para acatar la observación participante, el diseño de las entrevistas siguió el mismo índice que para los directores, el guion es similar, con un diseño semi-estructurado, pero dejando mayor libertad en la expresión individual del artista. El tiempo de las entrevistas para este colectivo no representó ningún problema de fondo y la toma de las entrevistas se realizó en los mismos lugares donde se llevaba a cabo el festival.

Así pues, el guion de las entrevistas a profundidad se dividió en cinco bloques: introducción, creación artística, la figura del artista y su entorno, tecnología e internet y modelo financiero al momento de participar en un festival de folklore, así pues, en el primero de ellos se incluyó una breve introducción sobre el tema de la entrevista, de forma que las personas entrevistadas comprendieran el sentido de esta, así como los objetivos, la relevancia para la investigación y lo más importante conocer su opinión y experiencia personal como artista participante de un festival de folklore; en el segundo bloque de creación artística tratamos los temas de actividades claves importantes para el desarrollo artístico y su éxito o fracaso en un

festival; En el tercer bloque se afrontan temas como los retos del gestor, las mayores dificultades de la gestión, el nivel de profesionalización del sector, conocimientos, competencias y valores para la participación en un festival, la historia personal y profesional de cada artista y el tipo de educación idónea para ejercer una excelente labor como artista participante de un festival de folklore; en el cuarto bloque se abordaron los temas sobre la transformación del sector artístico debido al cambio tecnológico y su evolución en el tiempo de las comunicaciones de cara a la búsqueda de festivales, los usos actuales y la visión a futuro del uso de estas. Finalmente, en el quinto bloque se abordaron aspectos como los retos en la obtención de recursos, y el modelo financiero empleado para la participación de un festival específico.

Al final de las entrevistas se incluyen preguntas conclusivas con comentarios abiertos que pudiesen añadir de manera libre y agradecimientos por el tiempo de la entrevista.

La aplicación práctica de las entrevistas se realizó a artistas participantes de los festivales de folklore de diferentes grupos y nacionalidades a los que acudían los grupos en los que se hacía la observación participante de 2017 a 2019, por lo que la muestra fue determinada de acuerdo a la variabilidad de grupos participantes durante este tiempo y en los festivales acudidos, así mismo, la cantidad de entrevistas se dio por la saturación de discurso (Kvale, 2011; Gómez Ferri et al., 2011) y todas las entrevistas fueron grabadas digitalmente de la misma forma que se hizo con los directores de festivales y transcritas para su análisis posterior en el software NVIVO 11.

Tabla 38. Artistas de festivales de folklore entrevistados y lugar de las entrevistas

Fecha	Objetivo	Entrevistador	Lugar de la entrevista	Artista entrevistado / Festival		Cod.
5 Julio / 2017	Profundizar en los elementos de estudio de la investigación	Investigador	Baile Herculane / Rumania	Abbes Benkounda Algeria	47th edition of the international folklore festival Hercules	AE_1
			Golden spirit hotel	Vahide Jusufi Kosovo		AE_2
20 Julio / 2017			Niš / Serbia	Anna Witkowska	10 <sup>th</sup> Students international folklore festival held in Nis	AE_3
Students cultural centre – 18000			Polonia			
3 Agosto/ 2017			Aigio / Grecia	Jana Debusk	Poseidonia 2017	AE_4
Nikoleika beach			USA			
12 Diciembre / 2017			Valencia / España	Keinner Macias	Experiencia en festivales*	AE_5
Universidad Politècnica de València			Venezuela			
16 Febrero / 2018			Beijing / China	Karol Sonda Brasil	Chinese New Year celebration	AE_6
			DongFang hotel	Diego Rodríguez México		
Iazgul Muratova Rusia				AE_8		
Bursa / Turquía	Sapana Maharjan Nepal	32 <sup>nd</sup> International golden Karagöz folk dance competition				
4 Julio / 2018	Hotel Karina		Il Jeon Korea	AE_10		
2 Agosto / 2018	Volos / Grecia	Nanna Prassa	5th international traditional dance festival of Nea Anchialos	AE_11		
	Protessilaos Hotel	Grecia				

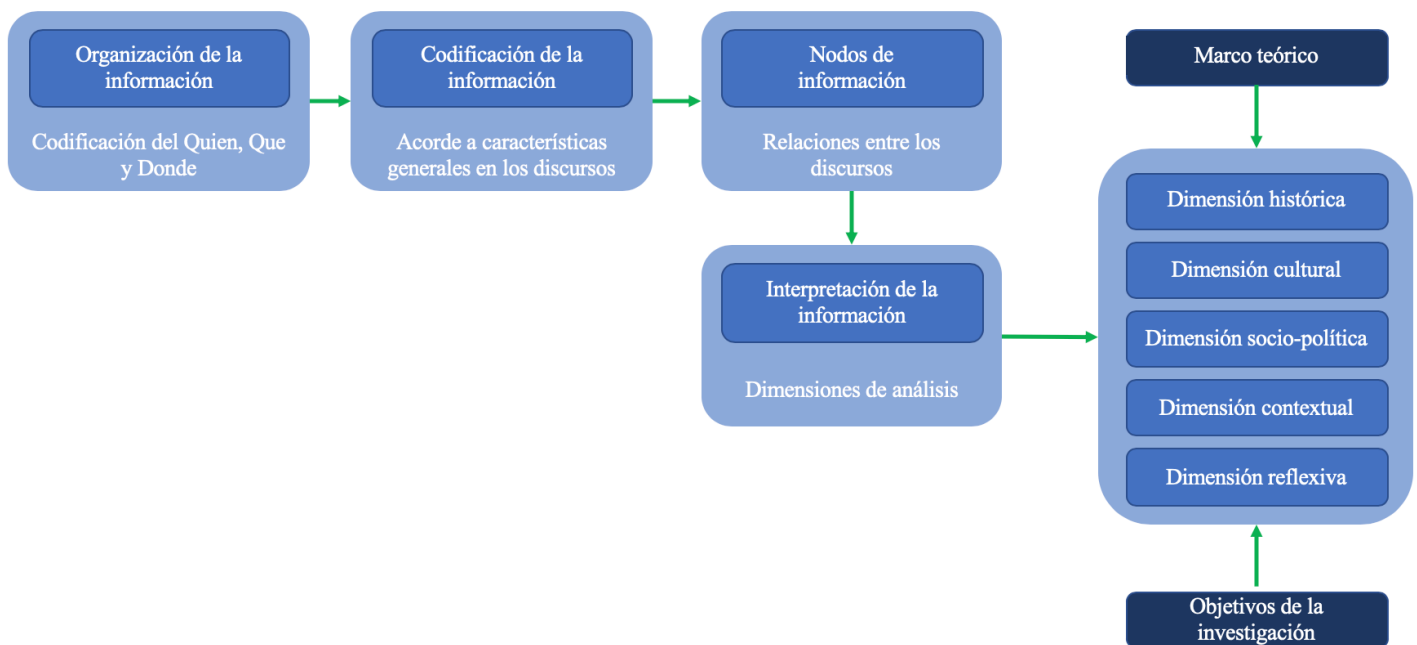
\* Entrevista desde su experiencia de participación en festivales en Colombia

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6 Análisis cualitativo de la información:

Para el análisis cualitativo de la información, se utilizó la herramienta Nvivo 11, en esta herramienta el primer paso es la organización de la información, pues es mucha y variada, para ello es importante el proceso de codificación de atributos por discurso para después hacer relaciones entre códigos para llegar a un discurso final. En la figura 21 se muestra el proceso llevado a cabo para el análisis cualitativo.

Fig. 22: Proceso de análisis cualitativo de la información.



Fuente: Elaboración propia

En la primera fase lo que se hace es codificar los atributos del quien, que y donde, esta es la primera parte para llevar un orden en el análisis de los discursos, posteriormente, en la segunda fase, lo que se busca es crear códigos generales para cada discurso, estos códigos son los que sirven para crear los diferentes nodos de información, que no es más que las relaciones existentes entre los discursos, con estos nodos se procede con la interpretación de la

información conducida siempre por los objetivos de la investigación y el marco teórico y viene dada por diferentes dimensiones de análisis, para estas dimensiones, Herrera y Palau (2017, pp. 11-12) las definen como:

- Dimensión histórica. Los procesos sociales están marcados históricamente y son portadores, ellos mismos, de la historia que los ha constituido. El presente está configurado en buena medida por el pasado a la vez que ayudará a configurar el futuro. La definición de un objeto de investigación no puede ser ajena, entonces, a esta característica.
- Dimensión cultural: Cada proceso, por otra parte, está enmarcado en un entorno cultural particular. La intersubjetividad, el sistema de normas y reglas que cada cultura ha ido construyendo a lo largo de su historia, le dan unas particularidades diferentes del resto que no pueden ser ignoradas en la investigación.
- Dimensión sociopolítica: Toda práctica social se enmarca en un contexto político concreto, en una determinada relación de fuerzas, si no es que toda práctica social es en sí misma política.
- Dimensión contextual: La investigación debe considerar el contexto social y físico en el cual se está produciendo. El contexto es el resultado de múltiples elementos, procesos y acciones, entre los que resalta la acción colectiva de los participantes en él.

- Dimensión reflexiva: Las prácticas de investigación, y en particular la propia presencia del investigador, modifican las condiciones de la situación investigada, por muchas que sean las precauciones que se tomen para evitarlo. Esta paradoja es inherente a toda investigación y debe tenerse en cuenta (especialmente en las investigaciones más cuantitativas, donde el esfuerzo por ocultar la reflexividad bloquea su consideración crítica).

Herrera y Palau (2017, p. 13) indican también que:

Será la interpretación de los discursos la que dotará de sentido a los elementos que configuran la investigación, pues esos discursos ocurren en un marco de comprensión, comunicación e interacción que a su vez es parte de estructuras y procesos socioculturales más amplios. Mediante el uso de la lengua se desempeñan roles, se afirma o se niega, se hacen y socavan hechos, se está en acuerdo o desacuerdo, se solicita o se ofrece información, se adquiere conocimiento e, incluso, se desafía una estructura social, política o institucional.



## ANALISIS

## **Capítulo 5: Resultados obtenidos**

En capítulos anteriores se presentó la elaboración y exposición del diseño metodológico, la forma de análisis, así como también la descripción del trabajo de campo, mostrando los diferentes elementos y variables de estudio. En este capítulo se detalla los resultados obtenidos después de la realización de este trabajo de campo.

El capítulo se divide en dos grandes bloques, los cuales comprenden los resultados obtenidos para la definición de un perfil de los directores y otro para los artistas y que grado de profundización tienen sobre el patrimonio cultural inmaterial y su salvaguardia en los momentos claves de dirección y/o creación en el momento del festival de folklore.

La primera parte corresponde a un análisis descriptivo de los resultados obtenidos en el trabajo de campo en los directores de festivales de folklore, primeramente, se muestra las características sociodemográficas del objeto de estudio y después se visualizan los resultados del cuestionario, las relaciones entre las diferentes variables del cuestionario, luego, las entrevistas y los grupos de discusión, para así pasar a un análisis general, que verificará las hipótesis planteadas en esta investigación.

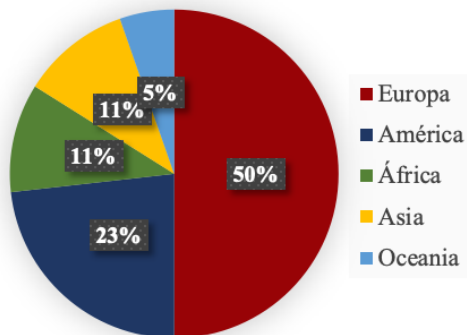
La segunda parte corresponde al análisis interpretativo de los resultados del trabajo cualitativo en los artistas de festivales de folklore con respecto a cada uno de los elementos de estudio y teniendo en cuenta en todo momento las dimensiones de análisis, para finalmente corroborar las hipótesis planteadas en la investigación y la consecución de los objetivos expuestos.

### 5.1 Características sociodemográficas del colectivo objeto de estudio

En el capítulo anterior se definieron la representatividad de la muestra de acuerdo con los países que pasaron los criterios de selección del universo de estudio, por lo tanto, la primera variable socio-demográfica corresponde a país (figura 22, tabla 26).

Fig. 23: Directores de festivales de folklore según país.

#### Distribución directores de festivales de acuerdo a países



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

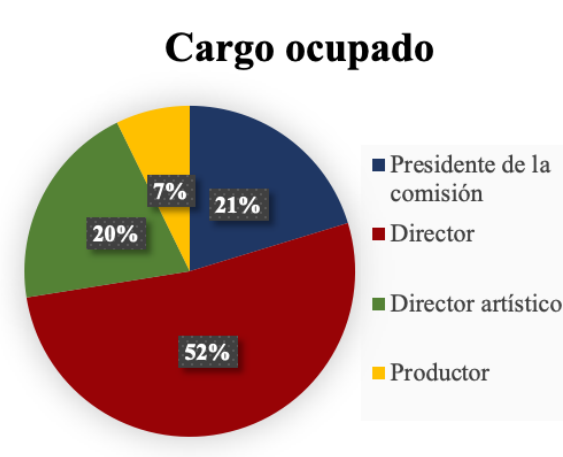
Tabla 39: Directores de festivales de folklore

Europa	28	50
América	13	23
África	6	11
Asia	6	11
Oceanía	3	5
Total	56	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En la figura 22 se observa la distribución de la muestra en torno a las zonas geográficas compuestas por los países de origen de los directores de festivales de folklore que respondieron el cuestionario. Esta distribución corresponde mayormente a la zona europea con una representación del 50%, seguido por la zona americana con casi un cuarto del total (23%), posteriormente con el 22% del total de directores repartidos de forma equitativa por África (11%) y Asia (11%), finalmente, el 5% restante corresponde a los directores de la zona de Oceanía.

Fig. 24: Cargo oficial de los encuestados.



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 40: Cargo oficial de los encuestados

Cargo	N	%
Presidente de la comisión	25	21
Director	63	52
Director artístico	24	20
Productor	8	7
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

La variable cargo dentro del festival estuvo representada por las personas que lideran las decisiones de dirección dentro de la gestión del festival, este punto fue importante enfatizarlo pues en el estudio previo realizado, la figura director no se corresponde en todos los festivales, ni la gestión es la misma, así pues, esta casilla se dejó abierta para que la persona rellenase de acuerdo a su propia realidad de gestión del festival, de esta forma, dentro de las respuestas obtenidas, la denominación a la figura que corresponde a las decisiones directivas conseguidas fue posible encuadrarlas en cuatro categorías como se observa en la figura 23. De esta forma se observa que el cargo oficial corresponde con “Director” con el 53%, de igual manera y con casi un quinto del total cada uno se encuentran los cargos de “Presidente de la comisión” y “Director artístico” respectivamente con el 21% y el 20%, finalmente el último cargo recolectado del cuestionario corresponde a “productor” con un 7%<sup>11</sup>.

Del total de directores que hicieron parte del estudio, el 68% son hombres y el 32% mujeres, esto aun refleja que los puestos de dirección en el sector de festivales de folklore

<sup>11</sup> En este trabajo se continuará con la denominación de “Directores”

siguen siendo ocupados mayoritariamente por hombres, pero también refleja un aumento significativo con respecto a otro tipo de festivales en estudios de festivales y artes escénicas en Catalunya (Carreño, 2014, p. 186) con una representación masculina del 73% y festivales de música europeos (Calvo, 2016, p. 211) con una representación masculina en los puestos de dirección del (83%).

Fig. 25: Directores de festivales de folklore según género.

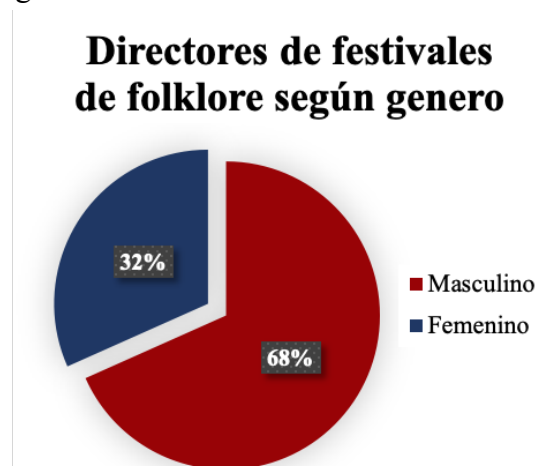


Tabla 41: Directores de festivales de folklore según género

Genero	N	%
Masculino	82	68
Femenino	38	32
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

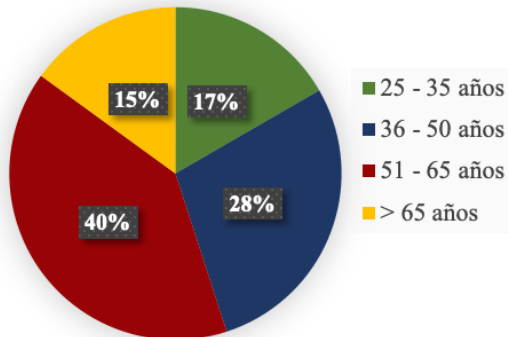
Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Las otras variables de representación sociodemográfica corresponden a la edad, tiempo en el cargo, área de estudios, nivel de estudios, tipo de festival, titularidad y modelo financiero.

En cuanto a la variable edad, la mayoría de los directores encuestados se encuentran en un rango mayor a 50 años (55%), específicamente el 40% se encuentra entre los 51-65 años mientras que el 15% corresponde a mayores de 65 años, le siguen los directores comprendidos entre 36-50 años con una representatividad un poco mayor a un cuarto del total (28%) y finalmente el 17% restante corresponde a directores jóvenes comprendidos entre los 25-35 años.

Fig. 26: Directores de festivales de folklore según edad.

### Directores de festivales según edad



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 42: Directores de festivales de folklore según edad

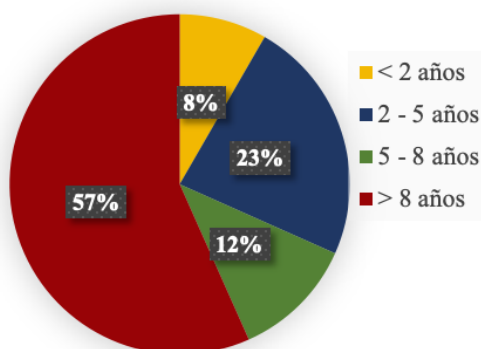
Edad	N	%
25-35 años	20	17
36-50 años	34	28
51-65 años	48	40
>65 años	18	15
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con respecto al tiempo que han desempeñado en el cargo directivo, el 57% lo ha venido realizando por un periodo mayor a 8 años, seguido por aproximadamente un cuarto del total (23%) quienes lo han desempeñado por un tiempo comprendido entre 2 y 5 años, finalmente y en menor proporción, se encuentran el rango de directores quienes lo han ejercido por 5 a 8 años con un 12% y menor a 2 años con el 8%.

Fig. 27: Directores de festivales de folklore según tiempo en el cargo.

### Directores de festivales según tiempo en el cargo



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 43: Directores de festivales de folklore según tiempo en el cargo

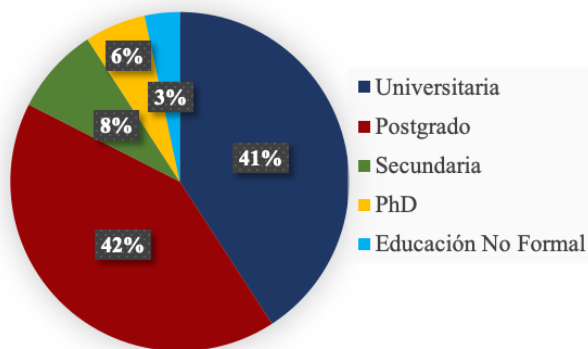
Tiempo	N	%
< 2 años	10	8
2-5 años	28	23
5-8 años	14	12
> 8 años	68	57
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con el nivel de estudios de los directores encuestados, el 89% de los directores tienen un título universitario, de los cuales el 42% posee además estudios de posgrado, como especializaciones o maestrías y un 6% además posee título de doctorado, en menor medida, el 8% tiene estudios secundarios y finalmente el 3% de los directores cuenta con estudios de educación no formal.

Fig. 28: Directores de festivales de folklore según nivel de estudios.

### Directores de festivales según nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Tabla 44: Directores de festivales de folklore según nivel de estudios

Estudios	N	%
Secundarios	10	8
Educación No Formal	4	3
Universitarios	49	41
Postgrado	50	42
PhD	7	7
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En referencia al área de estudios, se distingue en los directores encuestados una normalidad entre los de las humanidades y la economía con un 16% cada una, seguido por las artes y las ciencias sociales con un 13% y 12% respectivamente, el campo “otro” con un 10% hace referencia a estudios en las áreas de eventos o lenguas y también se encuentran ubicados en este campo aquellos directores que no presentan estudios superiores, posteriormente se encuentra el área de la administración con un 8% y con menor medida se encuentran las áreas de la ingeniería, las ciencias naturales, el turismo y la educación con un 4% cada una, comunicación y salud con un 3% cada una y finalmente tecnología con un 2%.

Fig. 29: Directores de festivales de folklore según área de estudios.



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 45: Directores de festivales de folklore según área de estudios

Área	N	%
Humanidades	19	16
Ciencias Sociales	14	12
Ciencias Naturales	5	4
Economía	19	16
Artes	16	13
Ingeniería	5	4
Administración	10	8
Comunicación	4	3
Salud	4	3
Tecnología	2	2
Turismo	5	4
Educación	5	4
Otro	12	10
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con respecto al tipo de festival que dirigen, de los directores encuestados, cerca de tres cuartas partes del total (73%) se encuentran que dirigen un festival tipo exhibición, un 20% dirigen en formato mixto, esto quiere decir que parte del festival es exhibición y se combina



con otras actividades complementarias como son de tipo celebración de la zona donde se lleva a cabo o una parte exhibición y la otra concurso, el 7% restante equivale a festivales tipo concurso.

Fig. 30: Directores de festivales de folklore según tipo de festival que dirigen.

### Distribución de directores de acuerdo a tipo de festival

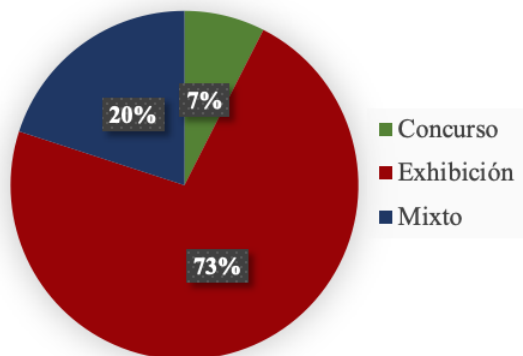


Tabla 46: Directores de festivales de folklore según tipo de festival que dirigen

Tipo	N	%
Exhibición	87	73
Concurso	9	7
Mixto	24	20
Otro	0	0
Total	120	100

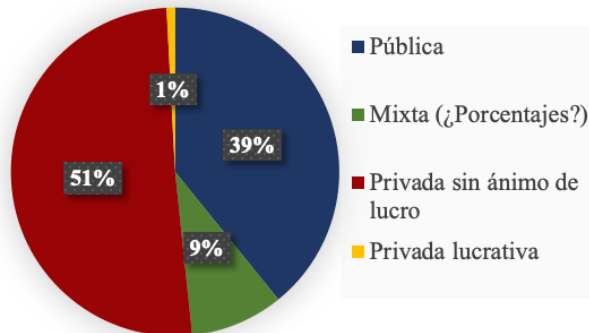
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

En cuanto a la titularidad del festival que dirigen, cerca de la mitad de los festivales (51%) corresponden a una titularidad privada sin ánimo de lucro, le siguen los festivales públicos con un 39%, en menor medida una titularidad mixta que corresponde al 9%, finalmente solo el 1% de los directores encuestados dirigen un festival con titularidad privada lucrativa.

Fig. 31: Directores de festivales de folklore según titularidad del festival que dirigen.

### Distribución de directores según titularidad del festival



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 47: Directores de festivales de folklore según titularidad del festival que dirigen

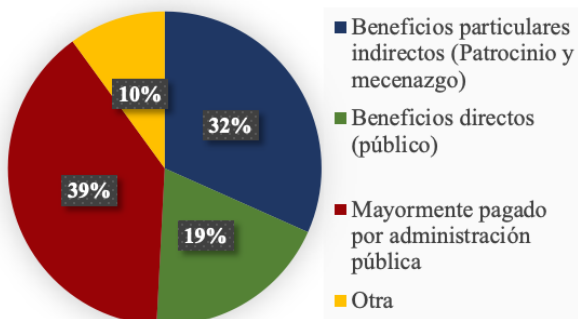
Titularidad	N	%
Pública	47	39
Mixta	11	9
Privada sin ánimo de lucro	61	51
Privada lucrativa	1	1
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con respecto al modelo financiero del festival que dirigen, el 39% está a cargo mayoritariamente de la administración pública, el 32% se basa en beneficios particulares indirectos como el patrocinio y mecenazgo, le sigue los festivales basados en beneficios directos con un 19%, el 10% restante se basa en otro modelo, este es un modelo mixto, que combina o bien administración pública y beneficios directos e indirectos o solo beneficios indirectos y directos.

Fig. 32: Directores de festivales de folklore según modelo financiero del festival que dirigen.

### Distribución de directores según modelo financiero del festival



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Tabla 48: Directores de festivales de folklore según modelo financiero del festival

Modelo financiero	N	%
Beneficios directos	38	19
Beneficios indirectos	23	32
Mayormente pagado por administración pública	47	39
Otra	12	10
Otra	1	1
Total	120	100

Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

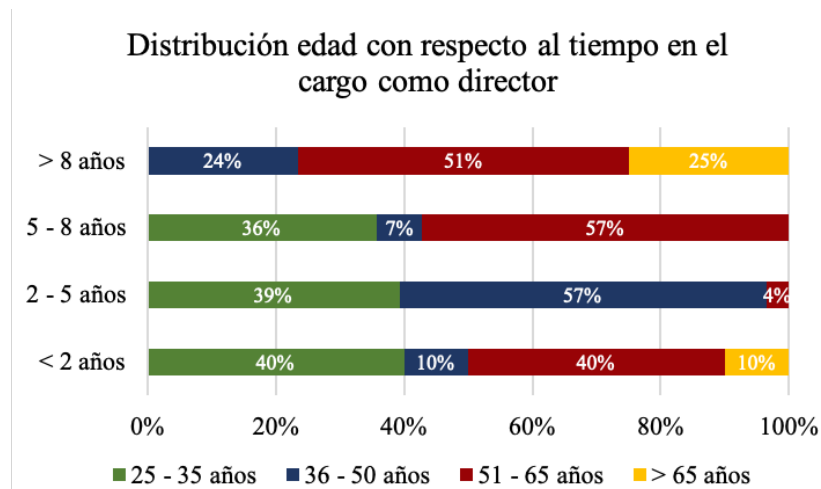
### **Relaciones significativas entre las variables sociodemográficas:**

Se expresan en este apartado las diferentes relaciones significativas que tienen las variables sociodemográficas que son utilizadas en apartados posteriores, las hipótesis presentadas relacionadas con estas variables sociodemográficas corresponden a HD4 – HD8 y HD11 - HD12, si bien estas hipótesis no expresan necesariamente la relación entre estas variables directamente, es importante analizarlas como método descriptivo de la investigación.

Para establecer las relaciones existentes se ha realizado un análisis estadístico donde se cruzan las diferentes variables, usando las medidas estadísticas de coeficiente de contingencia y pruebas de chi-cuadrado. Con esto se tendría que, si el valor “p” es menor a 0,05 ( $p < 0,05$ ) se rechazará la hipótesis nula (o independencia de las variables) y el coeficiente de contingencia dará el grado de asociación de las variables. De esta manera, se presentan a continuación, los resultados de estas pruebas estadísticas.

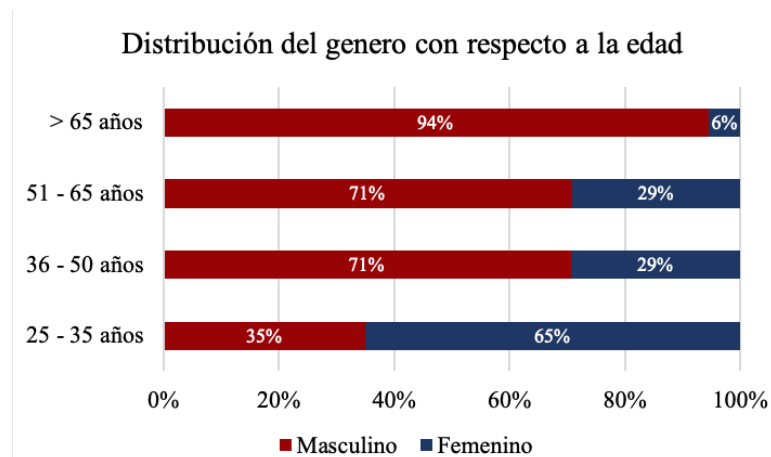
En el primer campo que existe una relación significativa corresponde con la edad en comparación con el tiempo en el cargo, se obtiene que existe una relación entre las dos variables con un grado de asociación alto (coeficiente de contingencia=0,565;  $p=0,000$ ) y se concluye que el mayor porcentaje de directores con tiempo en el cargo mayor a 8 años se encuentran en el rango de edad de 51-65 años con un total del 51%, los otros dos cuartos se reparten entre los mayores de 65 años con un 25% y con un 24% los directores comprendidos entre los 36-50 años, básicamente la mayor experiencia dirigiendo el festival de folklore, se dará por la edad, con un recambio generacional a partir de los 65 años.

Fig. 33: Relación de la edad de los directores de festivales de folklore con respecto al tiempo en el cargo.



En segundo lugar, existe una relación significativa entre el género y la edad (coeficiente de contingencia=0,319;  $p=0,05$ ), de esta manera, mientras que el género masculino predomina en la mayoría del rango de edades, se observa que la presencia femenina en la dirección de festivales de folklore está presente mayormente en edades jóvenes, de 25 a 35 años con un 65% del total de directores en ese rango, por lo que se considera es significativo para el futuro del campo lograr paridad en estos datos, así mismo, como es de esperarse en edades superiores la presencia femenina es menor, manteniéndose constante alrededor del 29% en edades de 36 a 65 años, a partir de 65 años, el porcentaje de mujeres que dirigen un festival es de solo el 6%.

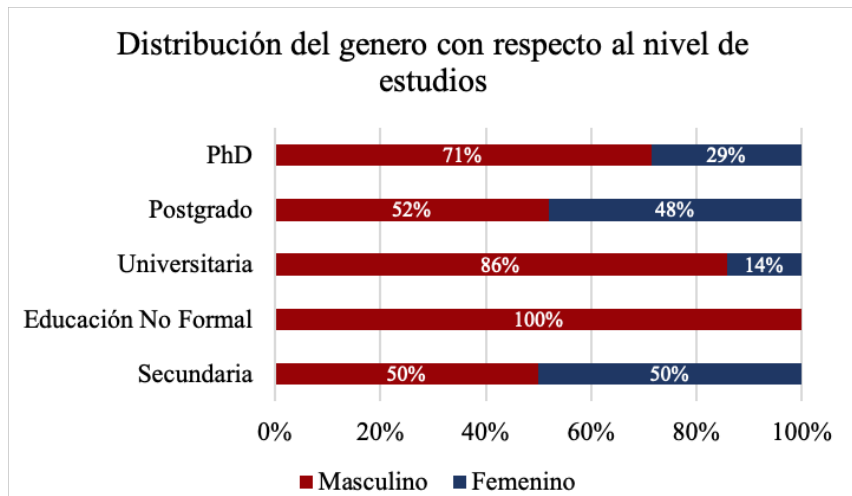
Fig. 34: Relación del género con la edad de los directores de festivales de folklore.



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

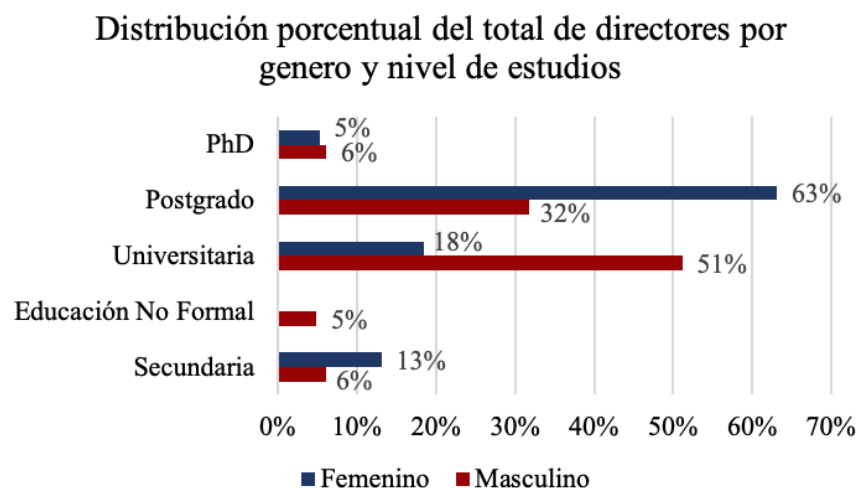
Finalmente, la última relación significativa encontrada en este apartado sociodemográfico corresponde con el género y el nivel de estudios (coeficiente de contingencia = 0,348 ;  $p = 0,05$ ), así, se concluye que del total del colectivo femenino el 63% posee títulos a nivel de posgrado, representando a su vez cerca de la mitad del total de posgrados (48%), mientras que para los hombres este nivel de estudios solo lo ostentan el 32% del total de encuestados, teniendo además que el 51% de los directores hombres tienen alguna titulación universitaria. De igual forma se observa una paridad en el nivel de estudios de doctorado correspondiendo un 6% del total de directores hombres con un 5% del total de directores mujeres que ostentan este nivel de estudios.

Fig. 35: Relación del género con el nivel de estudios de los directores de festivales de folklore.



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

Fig. 36: Relación del género con el nivel de estudios de los directores de festivales de folklore.



Fuente: elaboración propia a partir de cuestionario.

## 5.2 Resultados del cuestionario

En este apartado se presentan los resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario, como se indicó en el capítulo anterior, la muestra final con la que se trabajó corresponde a 120 directores de festivales de folklore, quienes se les administro el cuestionario para autocompletar vía email, en los siguientes apartados se detallan los resultados de este.

Para determinar las relaciones existentes entre las variables, se han realizado diferentes métodos estadísticos como el “alfa de cronbach”, para determinar la confiabilidad del cuestionario a partir del análisis de los resultados de las diferentes preguntas con valoración en escala Likert. De igual forma se ha realizado una reducción de factores por medio de un análisis de componentes principales, esto, junto con otros elementos estadísticos utilizados que corresponden con la prueba Kaiser-Meyer-Oklin (KMO), prueba de esfericidad de Barlett, análisis ANOVA, de Pearson y Chi cuadrado, ha permitido determinar que variables establecen mayor relación y si hubiese alguna que debiese ser eliminada para analizar el grado de importancia que tiene el patrimonio cultural inmaterial en las decisiones de gestión de los directores de festivales de folklore, así mismo se presenta también las relaciones significativas entre las diferentes variables para probar las hipótesis planteadas.

#### 5.2.1 Características de gestión del festival de folklore

Este primer bloque del cuestionario se refiere a las decisiones de gestión del festival, se compone por dos preguntas que se relacionan con las hipótesis HD1 y HD2, las preguntas relacionadas con la gestión del festival se hicieron en la primera pregunta, mientras que la segunda pregunta corresponde a los ítems de influencia en la selección de artistas.

##### 5.2.1.1 Grado de importancia en la gestión del festival

Para determinar la importancia de las actividades en la gestión del festival se desarrolló una pregunta con diez variables que corresponden a cinco de gestión y cinco relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, con valoración escala Likert de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, y 5 la calificación más alta. Después del pre-test, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis.

De esta forma, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,799) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.

Tabla 49: Valoración de las actividades de gestión por parte de los directores de festivales de folklore

Actividades de gestión	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Conocimiento y difusión del PCI de cada grupo participante	120	4	5	4,88	0,323
Gestión de recursos: económicos y humanos	120	4	5	4,62	0,488
Selección de artistas	120	4	5	4,48	0,503
Apropiación y transmisión de valor a la diversidad cultural	120	4	5	4,32	0,469
Selección y uso de espacios	120	4	5	4,22	0,415
Promover y programar actividades de integración cultural en los grupos	120	3	5	3,43	0,831
Entender disposiciones y normas de cada grupo	120	3	5	3,42	0,847
Horarios y duración de las actuaciones	120	3	5	3,36	0,707
Gestión de actividades de la programación: conciertos, actividades paralelas	120	1	3	1,93	0,356
Segmentación de público	120	1	2	1,93	0,261

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 49 muestra los resultados de las medias de las respuestas obtenidas por parte de los directores a la primera pregunta del cuestionario, en ella la actividad en la que los directores dedican más tiempo al momento de gestionar el festival corresponde con conocimiento y difusión del patrimonio cultural inmaterial de cada grupo, con una media de



4,88, el 58% de los directores calificaron esta actividad con el valor más alto, de los cuales el 51% dijo dedicar el mayor tiempo a esta actividad y el 7% dijo dedicarle algo de tiempo, le sigue la gestión de recursos económicos y humanos con una valoración media de 4,62 de igual forma el 58% del total de directores lo valoraron con la puntuación más alta, el 36% dijeron dedicar mucho tiempo a esta actividad y el 22% le dedican algo de tiempo. Gradualmente le siguen las valoraciones de selección de artistas (4,48), con el 28% de los directores valorándolo como una de las actividades con mayor dedicación de tiempo y el 30% dijeron dedicarle algo de tiempo, posteriormente se encuentra apropiación y transmisión de valor a la diversidad cultural (4,32), con un 18% de los directores dándole la calificación más alta y un 39% dijeron dedicarle algo de tiempo a esta actividad, finalmente, se encuentra selección y uso de espacios (4,22), en la que el 13% de directores calificaron con la puntuación alta y un 45% manifestaron dedicarle algo de tiempo. Contrariamente, las actividades a las que los directores consideran no dedicarle tiempo de gestión corresponden a la segmentación de público (1,93) y gestión de las actividades de la programación (1,93) con el 53% y 50% respectivamente de directores que manifestaron dedicarles poco tiempo a estas actividades. En la parte media de la tabla se encuentran las actividades de promover y programar actividades de integración cultural en los grupos (3,43), entender las disposiciones y normas de cada grupo (3,42) y finalmente horarios y duración de las actuaciones (3,36) en estas, el 13% de los directores manifestaron dedicarles algo o mucho tiempo.

Tabla 50: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las actividades de gestión del festival de folklore.

Gestión del festival	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Selección y uso de espacios	0,902		Gestión
Gestión de recursos: económicos y humanos	0,663		
Apropiación y transmisión de valor a la diversidad cultural		0,849	Patrimonio cultural inmaterial
Entender disposiciones y normas de cada grupo		0,807	
Promover y programar actividades de integración cultural en los grupos		0,805	
Valores propios	2,096	1,738	
%Varianza explicada	41,919	34,763	
%Varianza acumulada	41,919	76,683	
KMO		0,644	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Metodo de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

Fuente: Elaboración propia.

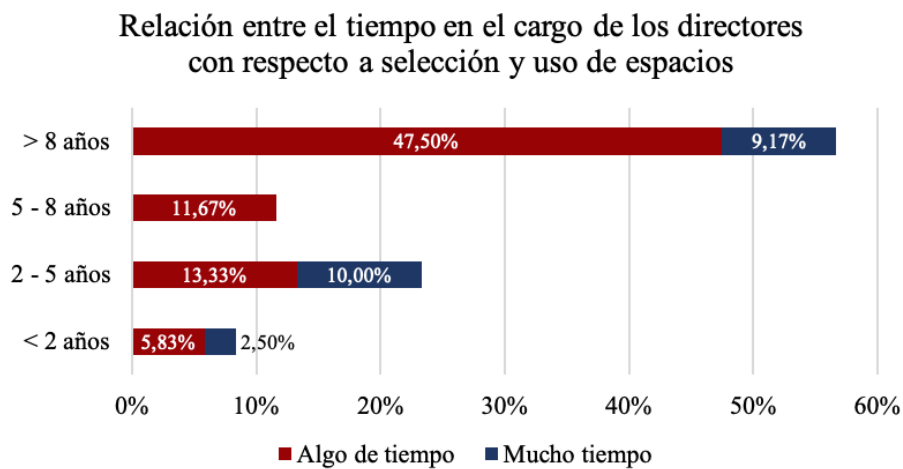
Posteriormente se realizó un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades, se han eliminado tres variables correspondientes al ámbito de gestión y dos variables del patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 50, el primero de los factores que corresponde a las variables de gestión corresponde al 41,919% de la varianza total de la matriz de actividades de gestión, mientras que el segundo factor que corresponde con las actividades de gestión del festival relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial equivale al 34,763% de la varianza total acumulada. Estos resultados muestran actividades relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial como las más valoradas por los diferentes directores, por lo que en primera instancia no corrobora la hipótesis HD1, pues los resultados categorizan la

dedicación de los directores a las actividades más tendientes hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial en vez de los aspectos financieros.

Por último, se procede a verificar las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a la dedicación de los directores a las actividades de gestión del festival, para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

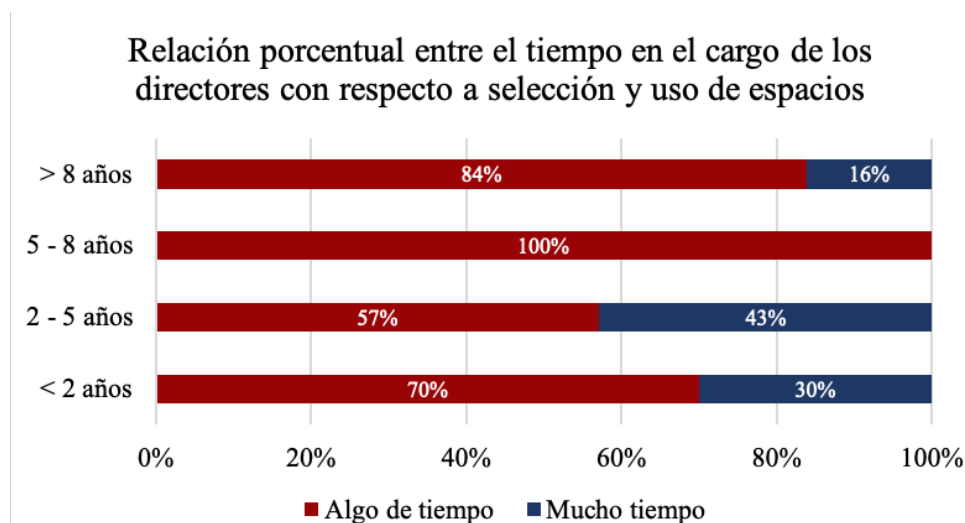
En el caso de la relación entre el tiempo en el cargo de los directores con respecto a la variable selección y uso de espacios ( $p=0,042$ ), los resultados revelan que el 78,33% del total de directores dijeron dedicar algo de tiempo a esta actividad, de estos, el 47,5% corresponde con los directores más experimentados que llevan en el cargo más de ocho años. De igual forma el total de directores con experiencia entre cinco y ocho afirmaron dedicar algo de tiempo a esta actividad, de los directores con menos experiencia en el cargo, la valoración está un poco más equilibrada, así, para los directores de entre dos y cinco años en el cargo, el 57% dijeron dedicar algo de tiempo a esta actividad, mientras que el 43% dedica mucho tiempo. En el colectivo menor a dos años de experiencia el 70% corresponde con algo de tiempo y el 30% restante afirman dedicarle mucho tiempo a esta actividad. Los resultados se observan en las figuras 37 y 38.

Fig. 37: Relación del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto a la selección y uso de espacios.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario.

Fig. 38: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto a la selección y uso de espacios.

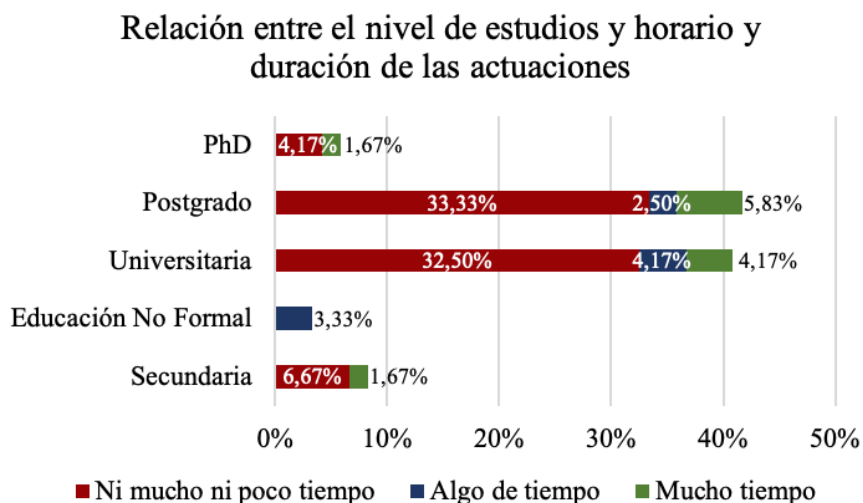


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con el nivel de estudios, este presenta relación significativa con el horario y duración de las actuaciones ( $p=0,011$ ) y la segmentación de público ( $p=0,007$ ), dos variables correspondientes al ámbito de gestión, donde para la primera (figuras 39 y 40), se descubre que el 76,67% de los directores dedican a ni mucho ni poco tiempo en esta actividad de los cuales

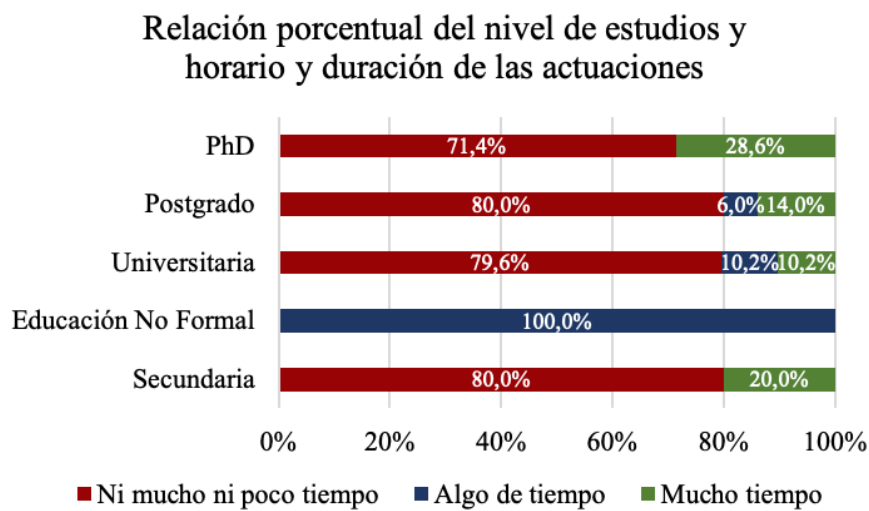
el 33,33% posee algún título de posgrado, el 32,5% tiene titulación universitaria, 6,67% solo secundaria y el 4,17% restante título de doctor: De igual forma el 13,33% dijeron dedicar mucho tiempo, mientras que el 10% restante dicen dedicar algo de tiempo. En cuanto a los directores con título de doctor, el 71,4% afirman no dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, mientras que el 28,6% restante dedican mucho tiempo a la misma. Así mismo, el 80% de directores con títulos de posgrado no dedican ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, el 14% de los mismos dedican mucho tiempo y el 6% restante dedican algo de tiempo. En una relación similar se encuentran aquellos directores con titulación universitaria, los cuales el 79,6% dedican ni mucho ni poco tiempo, y el 20,4% se reparte equitativamente entre los que dedican mucho tiempo y algo de tiempo. Los directores con educación no formal dedican algo de tiempo a esta actividad y finalmente aquellos directores con título de secundaria el 80% no dedica ni mucho ni poco tiempo y el 20% restante le dedica mucho tiempo.

Fig. 39: Relación del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 40: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Así mismo, la relación entre el nivel de estudios de los directores con respecto a la actividad de segmentación de público (figuras 41 y 42), es unánime el poco tiempo dedicado a la misma, como se observa además en la media de su valoración. el total de los directores con titulación de secundaria, educación no formal y universitaria dijeron dedicar poco tiempo a esta actividad, el 10% de directores con títulos de posgrado dijeron dedicarle nada de tiempo y el 90% restante dedican poco tiempo, finalmente de los directores con título de posgrado, el 43% dedica nada de tiempo y el 57% dedica poco tiempo a esta actividad. Del total de directores, la mayoría de ellos (93,3%) dedica poco tiempo a esta actividad, mientras que el 6,7% restante dedica nada de tiempo a la misma.

Fig. 41: Relación del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a segmentación de público.

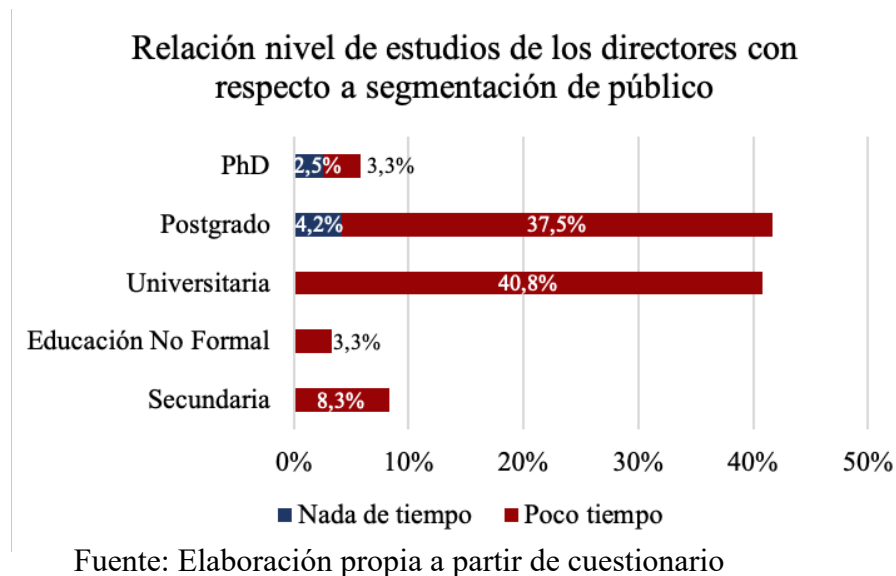
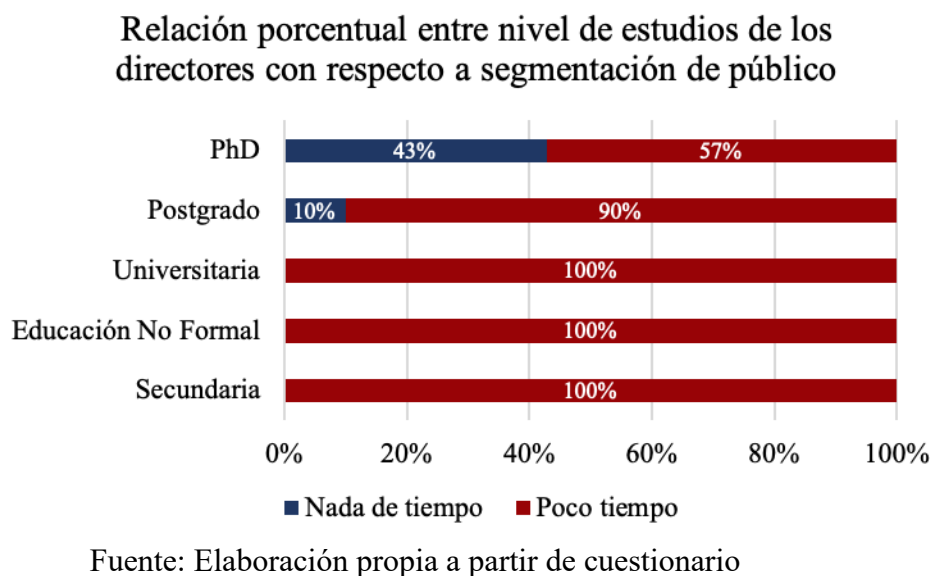


Fig. 42: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a segmentación de público.



Con respecto al género, esta variable presenta relación significativa con el horario y duración de las actuaciones ( $p=0,038$ ), gestión de recursos económicos y humanos ( $0,048$ ), entender las disposiciones y normas de cada grupo ( $0,042$ ), promover y programar actividades

de integración cultural en los grupos (0,018) presentando relaciones en actividades tanto de gestión como las relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial. De esta forma, para el caso de horario y duración de las actuaciones (figuras 43 y 44), el 76,67% de directores dijeron no dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, de los cuales el 46,67% corresponde a directores hombres y el 30% a directores mujeres, el 13,33% dedica mucho tiempo de los cuales el 11,67% corresponde a directores hombres y el 1,67% restante directores mujeres, finalmente solo el 10% dedica algo de tiempo a esta actividad, de los cuales corresponde a directores hombres. el 95% de directores mujeres no le dedican ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, mientras que el 5% restante dijeron dedicarle mucho tiempo a la misma. De los directores hombres, el 68% no le dedica ni mucho ni poco tiempo, el 17% mucho tiempo y el 15% restante dedica algo de tiempo.

Fig. 43: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones.

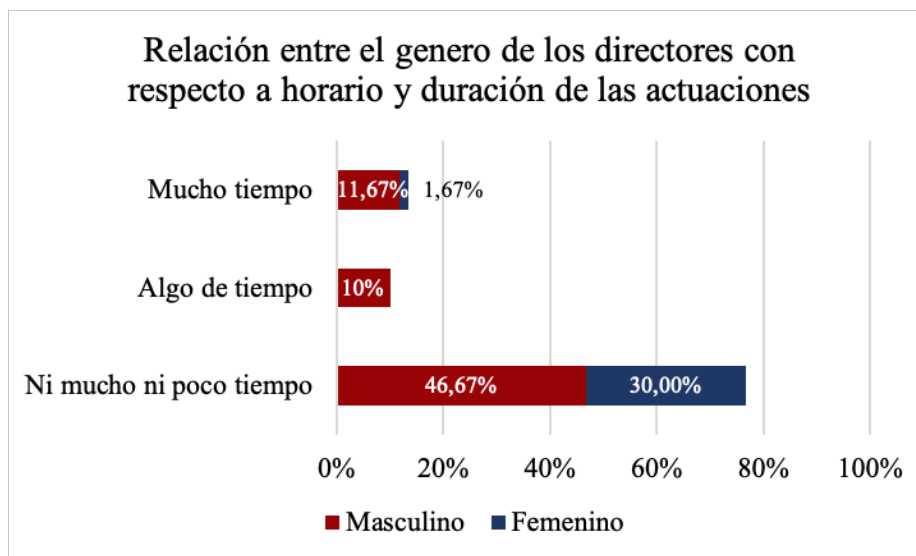
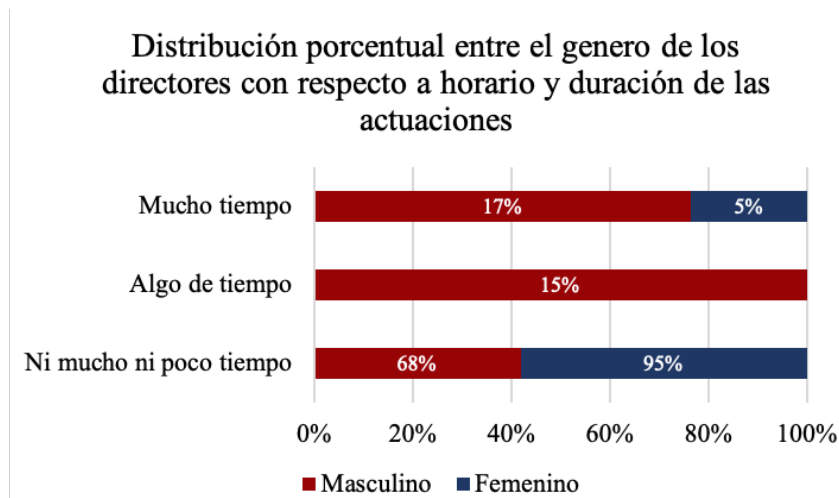




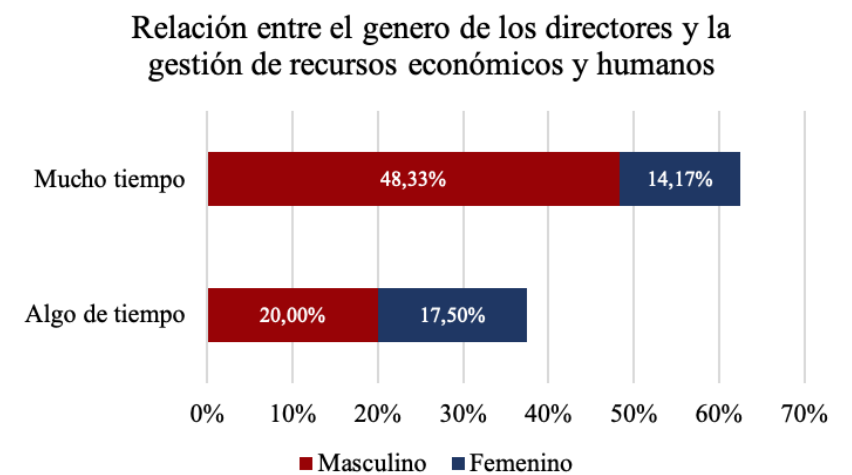
Fig. 44: Relación porcentual el género de los directores de festivales de folklore con respecto a horario y duración de las actuaciones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

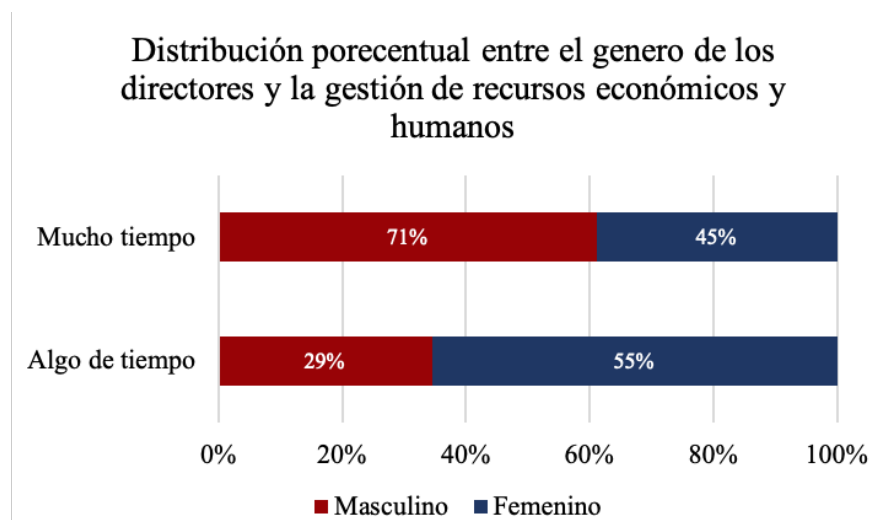
De igual forma, con respecto a la gestión de recursos económicos y humanos (figuras 45 y 46), el 62,5% del total de directores dijeron dedicar mucho tiempo a esta actividad, de los cuales el 48,33% corresponde a directores hombres y el 14,17% a directores mujeres, el 37,5% le dedican algo de tiempo de los cuales el 20% son hombres y el 17,5% mujeres. Así mismo, del total de directores mujeres, el 55% dedica algo de tiempo mientras que el 45% restante dedica mucho tiempo a esta actividad, para el caso de los directores hombres, el 71% de ellos dedica mucho tiempo a esta actividad mientras que el 29% restante dedica algo de tiempo.

Fig. 45: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de recursos económicos y humanos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 46: Relación porcentual el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de recursos económicos y humanos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con la variable de entender las disposiciones y normas de cada grupo (figuras 47 y 48), el 76,67% de los directores afirman no dedicarle ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, de los cuales el 46,67% corresponde a directores hombres y el 30% a directores mujeres, el 21,67% dijeron dedicarle mucho tiempo a esta actividad de los cuales el 20% son hombres y el 1,67% mujeres, el 1,67% restante dijeron dedicarle poco tiempo a esta actividad

y corresponde a directores hombres. De esta forma el 95% de directores mujeres dieron dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad y el 5% restante dedica mucho tiempo a la misma, para los directores hombres, el 68% dedica ni mucho ni poco tiempo, el 29% dedica mucho tiempo y finalmente el 2% dedica poco tiempo a la misma.

Fig. 47: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad entender disposiciones y normas de cada grupo.

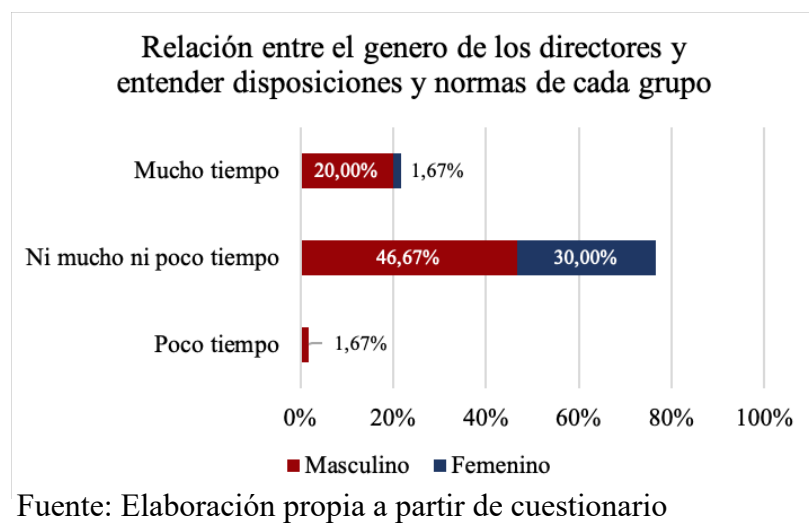
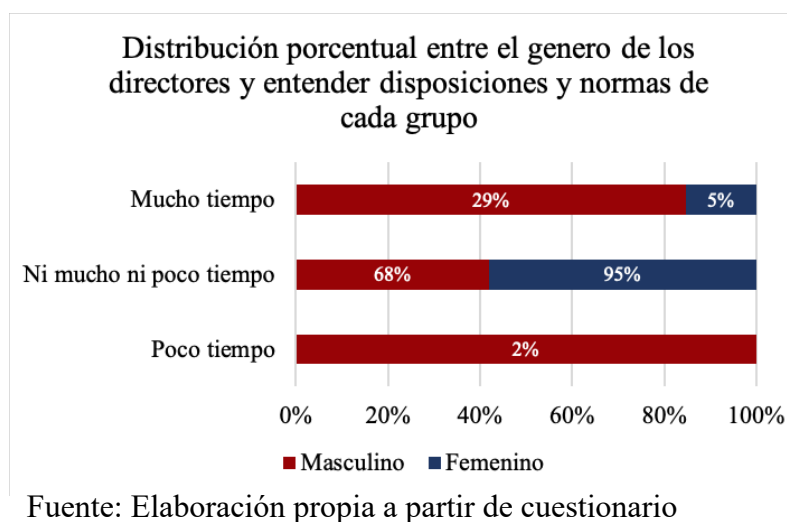
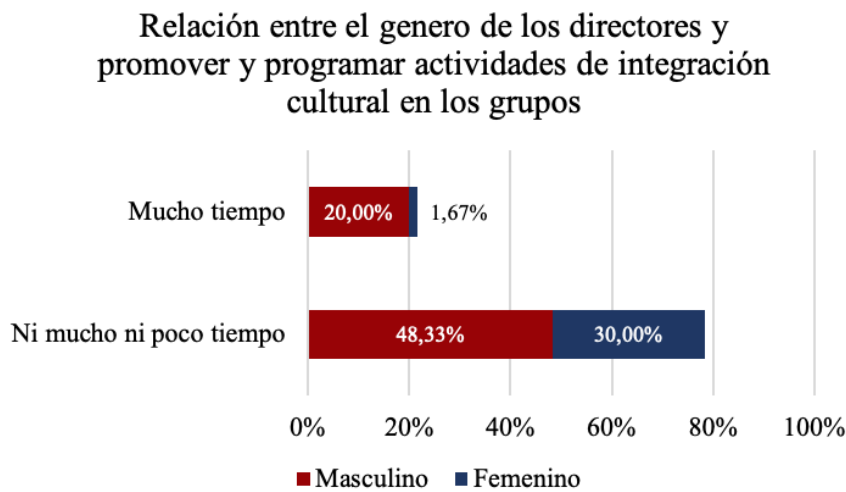


Fig. 48: Relación porcentual el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad entender disposiciones y normas de cada grupo.



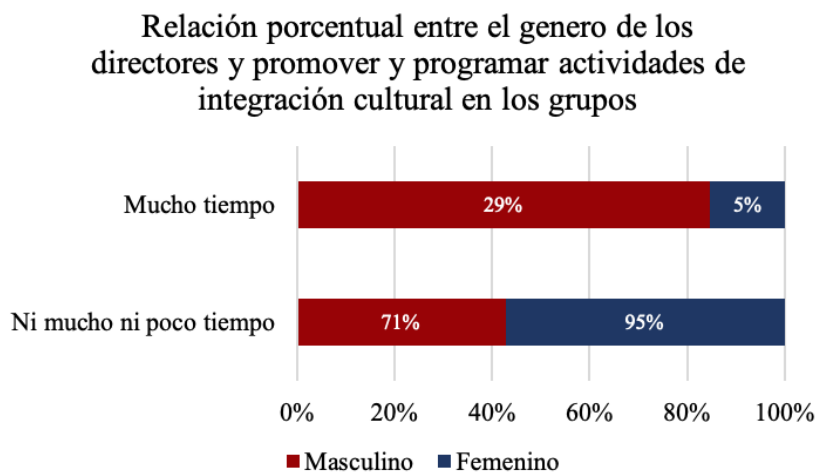
Con respecto a la actividad de promover y programar actividades de integración cultural en los grupos (figuras 49 y 50), el 78,33% dedica ni mucho ni poco tiempo a la misma, de los cuales el 48,33% son directores hombres y el 30% directores mujeres, el 21,67% de directores dijeron dedicar mucho tiempo a esta actividad, de los cuales el 20% son hombres y el 1,67% restante son mujeres. Esto equivale a que el 95% de directores mujeres dicen dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, mientras que el 5% restante dedica mucho tiempo a la misma, para el caso de los directores hombres, el 71% dedica ni mucho ni poco tiempo, mientras que el 29% restante dedica mucho tiempo a esta actividad.

Fig. 49: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad promover y programar actividades de integración cultural en los grupos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 50: Relación porcentual el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la actividad promover y programar actividades de integración cultural en los grupos.

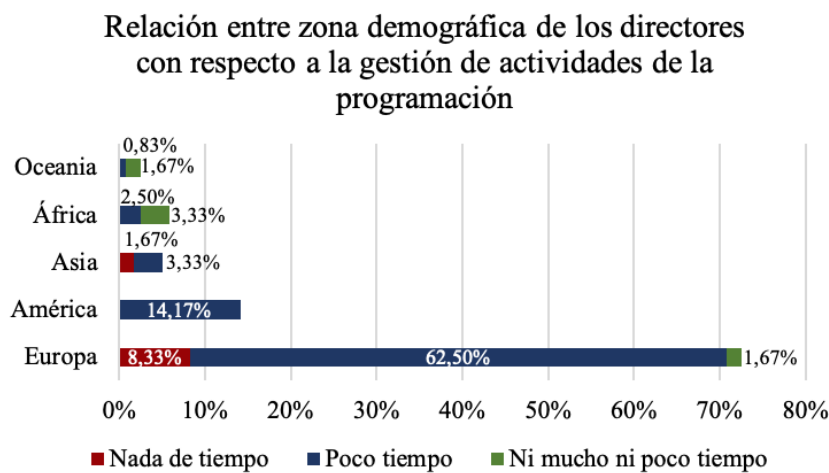


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con relación a la ubicación geográfica de los directores, esta variable presenta relación significativa con la gestión de las actividades de la programación ( $p=0,032$ ), apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural ( $p=0,032$ ) y entender disposiciones y normas de cada grupo ( $p=0,000$ ) presentando relaciones en actividades tanto de gestión como las relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial. De esta forma, para la gestión de actividades de la programación (figuras 51 y 52), el 83,33% de los directores afirmaron dedicar poco tiempo a esta actividad, de los cuales el 62,5% corresponde a directores de la zona europea, 14,17% de América, 3,33% de Asia, 2,5% de África y el 0,83% restante a Oceanía. De igual forma el 10% dijeron dedicarle nada de tiempo a esta actividad, de los cuales el 8,33% pertenecen a la zona europea y el 1,67% restante a Asia. Finalmente, el 6,67% de los directores dijeron dedicarle ni mucho ni poco tiempo a la misma, de los cuales el 3,33% corresponde a directores de África, y el 3,33% restante repartido en igual magnitud entre directores europeos y de Oceanía. Del total de directores de la zona europea el 86% de ellos afirman dedicar poco tiempo a esta actividad, el 11% dedica nada de tiempo y el 2% restante dedica ni mucho ni poco tiempo a la misma. El total de los directores de América dedica poco tiempo a esta

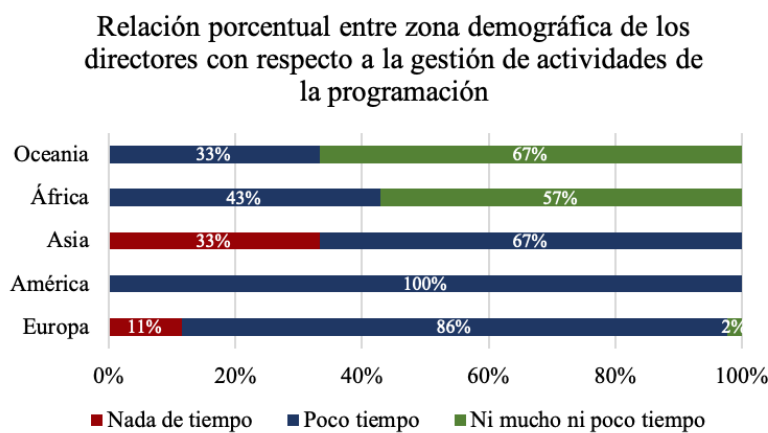
actividad. Los directores de Asia el 67% dedica poco tiempo a esta actividad mientras que el 33% restante dedica nada de tiempo a la misma, de igual forma para los directores de Oceanía, el 67% dedica ni mucho ni poco tiempo mientras que el 33% afirma dedicarle poco tiempo a la misma, finalmente para los directores de África, el 57% dedica ni mucho ni poco tiempo, mientras que el 43% restante dedica poco tiempo a la misma.

Fig. 51: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de las actividades de la programación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

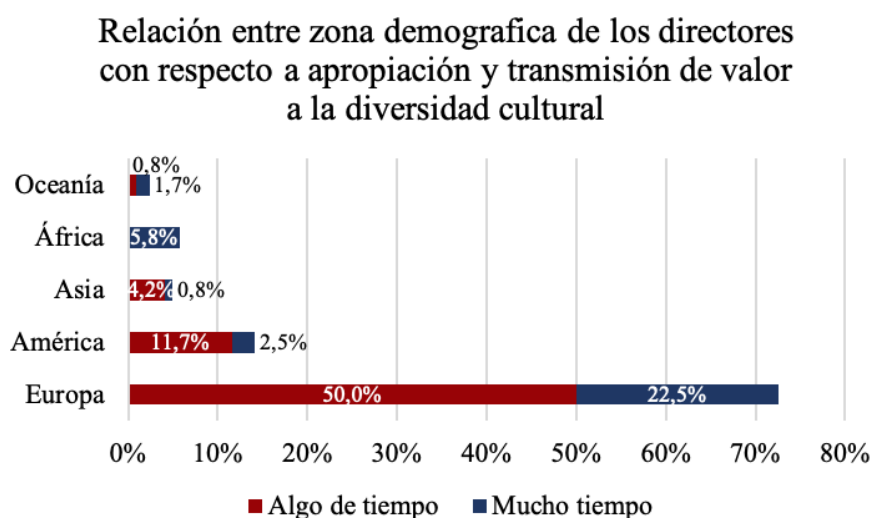
Fig. 52: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la gestión de las actividades de la programación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

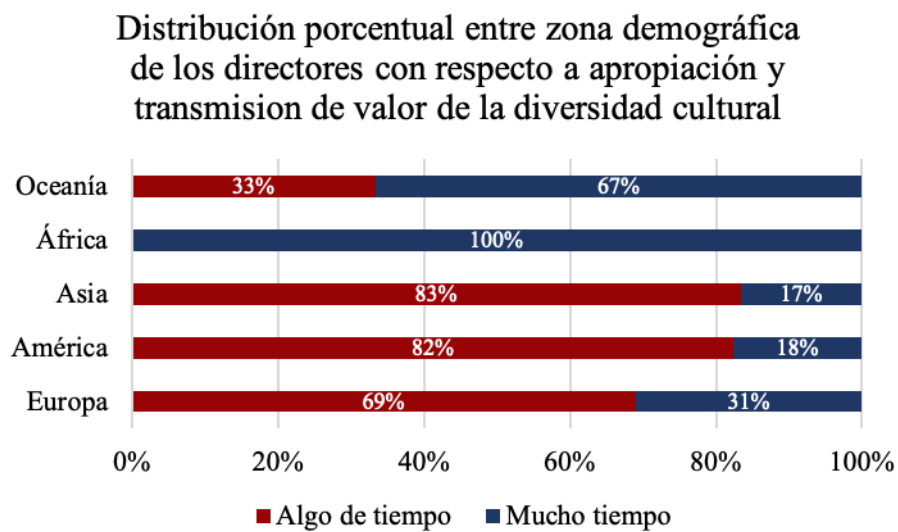
Con respecto a la apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural (figuras 53 y 54), los datos muestran que el 66,7% de los directores afirmaron dedicar algo de tiempo a esta actividad, de los cuales el 50% corresponde a directores de Europa, 11,7% de América, 4,2% de Asia y 0,8% de Oceanía, de igual forma, el 33,3% de los directores dijeron dedicar mucho tiempo a la misma, de los cuales el 22,5% pertenecen a la zona Europea, 2,5% a América, 5,8% a África y el 1,7% restante a Oceanía. Del total de directores de la zona europea, el 69% dedica algo de tiempo, mientras que el 31% restante le dedica mucho tiempo a esta actividad, para los directores de América, el 82% dedica algo de tiempo, mientras que el 18% restante dedica mucho tiempo, situación similar se presenta en Asia, donde el 83% dedica algo de tiempo y el 17% restante dedica mucho tiempo a realizar esta actividad. En Oceanía, el 67% de los directores dedican mucho tiempo a esta actividad, mientras que el 33% restante dedica algo de tiempo. Finalmente, el total de directores de África dedica mucho tiempo a esta actividad.

Fig. 53: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 54: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a la apropiación y transmisión de valor de la diversidad cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

De igual forma, para la actividad de entender las disposiciones y normas de cada grupo (figuras 55 y 56), los resultados reflejan el 75,8% dicen no dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, de los cuales el 55% corresponde a directores de Europa, 13,3% de América, 3,3% de Asia, de igual porcentaje en África y el 0,8% restante equivale a los directores de Oceanía. Así mismo, el 22,5% de los directores manifestaron dedicar mucho tiempo a esta actividad, de los cuales el 17,5% equivale a directores de Europa, 2,5% de África, y 1,6% dividido igualmente entre Oceanía y América. El 1,7% restante de directores afirmaron dedicar poco tiempo, estos se encuentran en la zona Asia. Del total de directores de Europa, el 76% afirman no dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad y el 24% restante dedica mucho tiempo a la misma, en la zona de América, el 94% de los directores dedican ni mucho ni poco tiempo, mientras que el 6% restante dicen dedicar mucho tiempo. Para el caso de Asia es un poco diverso que el resto de las zonas, donde el 67% dice dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad, mientras que el 33% restante le dedica poco tiempo a la misma. Para los directores de África, el 57% dedica ni mucho ni poco tiempo, mientras que el 43% restante



dedica mucho tiempo a esta actividad. Finalmente, de los directores de Oceanía el 67% dedica mucho tiempo a esta actividad mientras que el 33% restante no dedica ni mucho ni poco tiempo a la misma.

Fig. 55: Relación entre la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a entender disposiciones y normas de cada grupo.

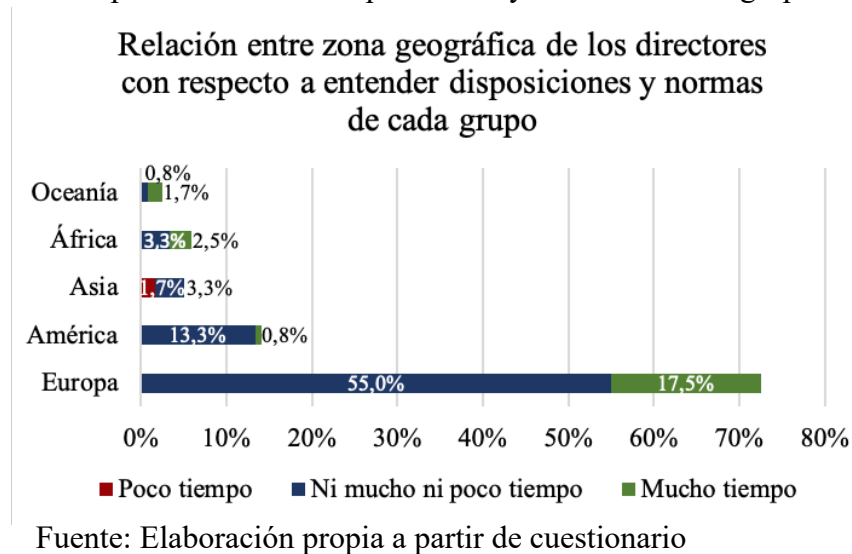
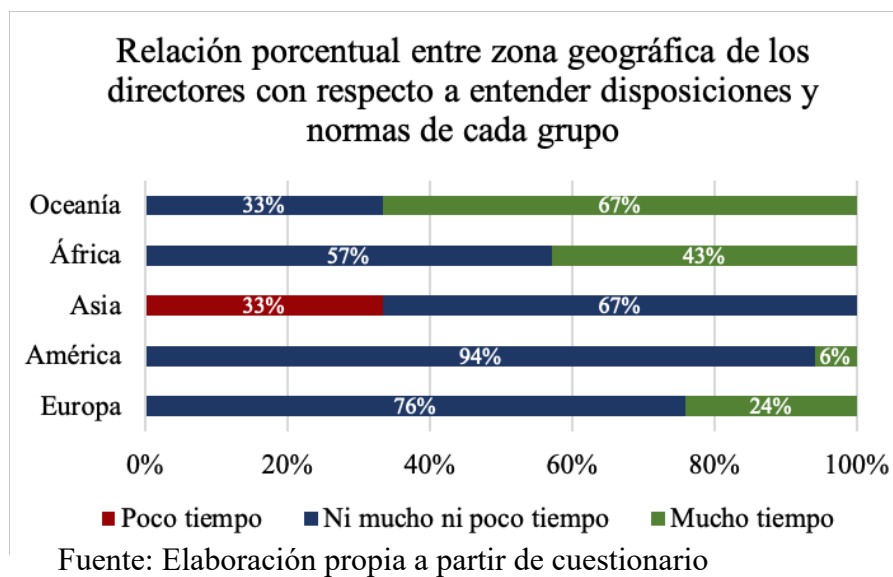
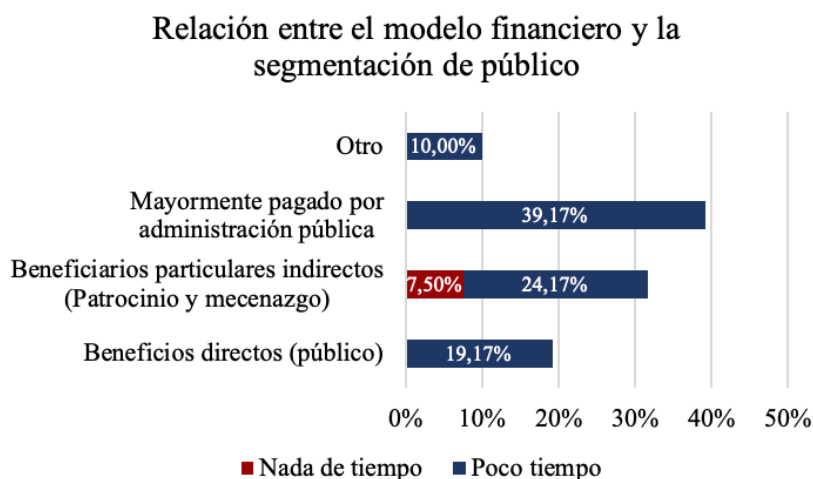


Fig. 56: Relación porcentual de la ubicación geográfica de los directores de festivales de folklore con respecto a entender disposiciones y normas de cada grupo.



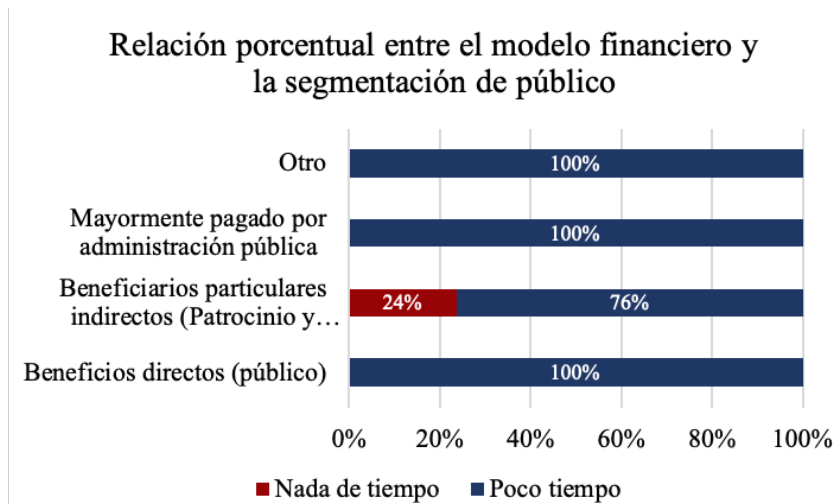
Así mismo, el modelo financiero de los festivales de folklore presenta relaciones significativas con la segmentación de público ( $p=0,009$ ) una actividad relacionada con la gestión, los resultados se observan en las figuras 57 y 58. De esta forma, los datos muestran que la mayoría de los directores (92,5%) dedican poco tiempo a realizar esta actividad, de los cuales el 39,17% son festivales mayormente pagados por la administración pública. el 24,17% son festivales que dependen de beneficios indirectos, el 19,17% de beneficios directos y el 10% restante pertenece a otro modelo financiero. El otro 7,5% dijeron dedicar nada de tiempo a esta actividad y se corresponden con festivales cuyo modelo financiero es de beneficios indirectos. De esta forma, el total de festivales mayormente pagados por administraciones públicas, beneficios directos y otros, dedican poco tiempo a esta actividad, mientras que los festivales con beneficios indirectos el 76% dedica poco tiempo a esta actividad y el 24% restante dedica nada de tiempo a la misma.

Fig. 57: Relación entre el modelo financiero de los festivales de folklore con respecto a la segmentación de público.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 58: Relación porcentual del modelo financiero de los festivales de folklore con respecto a la segmentación de público.



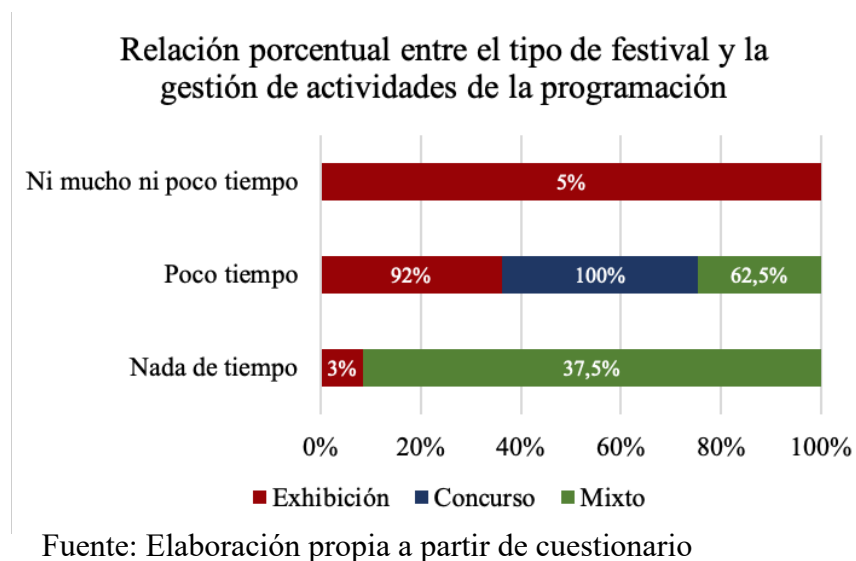
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, la última relación significativa se encuentra entre el tipo de festival que dirigen con respecto a la gestión de las actividades de la programación ( $p=0,022$ ), aquí (figuras 59 y 60) se observa que el 87% de los festivales dedican poco tiempo a esta actividad, de los cuales el 67% son de tipo exhibición, el 13% son mixtos y el 8% restante son de tipo concurso. el 10% dijeron dedicar nada de tiempo a esta actividad de los cuales, el 7,5% corresponden a festivales tipo mixtos y el 2,5% restante a festivales tipo exhibición. El 3% dijeron dedicar ni mucho ni poco tiempo a esta actividad y corresponde a festivales tipo exhibición. De esta forma, para los festivales tipo exhibición el 92% de los mismos dijeron dedicar poco tiempo a realizar esta actividad, el 5% dedican ni mucho ni poco y el 3% restante dedica nada de tiempo a la misma. Para los festivales tipo mixto, el 62,5% dedica poco tiempo a esta actividad y el 37,5% dedica nada de tiempo a la misma. Finalmente, el total de festivales tipo concurso afirmaron dedicar poco tiempo a realizar esta actividad.

Fig. 59: Relación entre tipo de festival con respecto a la gestión de las actividades de la programación.



Fig. 60: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a la gestión de las actividades de la programación.



### 5.2.1.2 Influencias en la selección de grupos participantes

La segunda pregunta de este bloque consistió en las influencias más significativas para los directores escoger un grupo a presentar en su festival, en esta pregunta se determinaron diez variables, cinco corresponden a la parte estética y las otras cinco restantes corresponden a elementos del patrimonio cultural inmaterial, la pregunta estuvo medida con una escala de

valoración tipo Likert de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, categorizada como menos importante y 5 la calificación más alta, categorizada como más importante. Después del pretest, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis. El análisis de fiabilidad para esta pregunta obtuvo un valor de (0,745) lo que indica que es un valor alto y determina que la consistencia interna es fiable entre los elementos de la escala.

Tabla 51: Valoración de las influencias para seleccionar grupos participantes del festival por parte de los directores de festivales de folklore

Influencia en la selección	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Instrumentos musicales autóctonos	120	3	5	4,75	0,467
Colorido	120	3	5	4,67	0,533
Vestuario típico	120	3	5	4,62	0,545
Baile y música autóctonos	120	4	5	4,59	0,495
Origen	120	3	5	4,25	0,467
Armonía entre baile y música	120	3	5	4,19	0,43
Adornos, decorados, accesorios	120	3	5	4,07	0,464
Trayectoria del grupo	120	2	5	4,01	0,469
Valor patrimonial	120	2	4	3,01	0,581
Calidad Estética	120	2	3	2,65	0,48

Fuente: Elaboración propia

La tabla 51 muestra los resultados de las medias de las respuestas obtenidas por parte de los directores a la segunda pregunta del cuestionario, en ella la influencia más representativa para la selección de los grupos participantes por parte de los directores corresponde con instrumentos musicales autóctonos, con una media de 4,75, el 57% de los directores valoraron esta influencia con puntuaciones altas, de los cuales el 44% dijeron ser la más importante y el 13% algo importante. Seguido a esta característica se encuentran el colorido (4,67), el vestuario

típico (4,62) y baile y música autóctonos (4,59). Donde para colorido, el 8% de los directores lo valoraron con la puntuación más alta y el 45% con la segunda puntuación más alta, de igual forma para el vestuario típico se corresponde con el 38% de los directores otorgándole la valoración más alta y el 18% con la segunda mejor calificación, así mismo, cerrando la parte alta de la tabla, las valoraciones para música y baile autóctonos se corresponde con el 34% de los directores valorándolo con la puntuación más alta y el 23% con la segunda mejor calificación. Es evidente las valoraciones se encuentran ubicadas en las variables tendientes hacia los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial. Contrariamente, en la parte baja de las valoraciones, se encuentran calidad estética con 2,65 de media y valor patrimonial con 3,01. En calidad estética, su valoración se mantuvo entre dos y tres, presentando un 20% de directores con una calificación de dos, y el 38% lo calificaron con tres. Para valor patrimonial, el 9% de los directores lo calificaron con la segunda peor calificación y el 10% con la segunda mejor calificación. Finalmente, en la parte media de la tabla se encuentra el origen de los grupos con un 4,25 de media, armonía entre baile y música con un 4,19, adornos, decorados y accesorios con un 4,07, donde comparten evaluaciones similares, donde las calificaciones más altas se distribuyen con un 15% para origen, 12% para armonía entre baile y música y 40% para adornos, decorados y accesorios. Con esta información sería posible determinar parcialmente el cumplimiento de la hipótesis HD2.

Tabla 52: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las influencias para seleccionar grupos por parte de los directores de festivales de folklore.

Influencia en la selección	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Calidad estética		0,895	Estética
Adornos, decorados, accesorios		0,558	
Origen		0,499	
Instrumentos musicales autóctonos	0,804		Patrimonio cultural inmaterial
Baile y música autóctonos	0,803		
Colorido	0,695		
Valores propios	2,038	1,553	
%Varianza explicada	33,969	25,882	
%Varianza acumulada	33,969	59,852	
KMO		0,592	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se realizó un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de estética y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades y en la matriz de componentes, se han eliminado dos variables correspondientes al ámbito de estética y dos variables del patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 52, el primero de los factores que corresponde a las variables de patrimonio cultural inmaterial representa al 33,969% de la varianza total de la matriz de influencia de selección del patrimonio cultural inmaterial, mientras que el segundo factor que corresponde con los ítems de influencia en la selección de grupos participantes relacionadas con la estética equivale al 25,882% de la varianza total acumulada. Estos resultados muestran los ítems repartidos igualitariamente en ambos componentes, por lo que, en primera instancia no corrobora la

hipótesis HD2, pero haría falta analizar más de cerca las relaciones significativas para aprobarla.

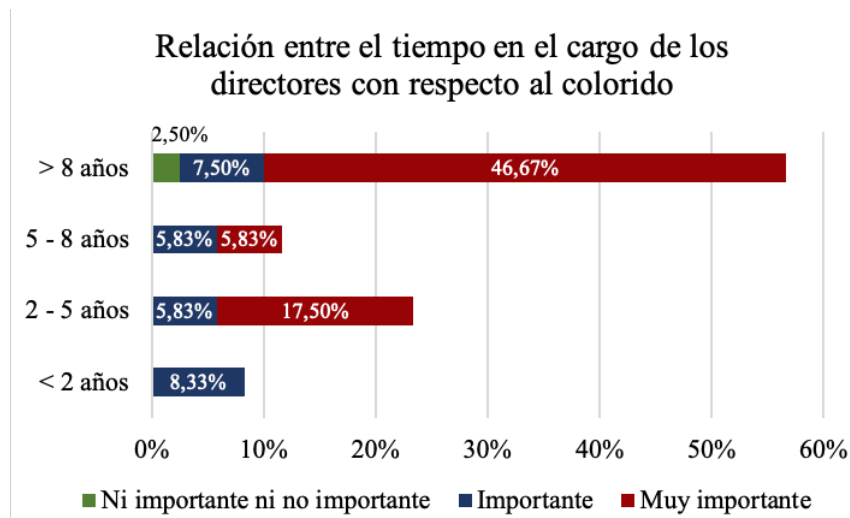
Por último, se procede a verificar las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a la influencia que tienen diversos ítems en la selección de los artistas a participar en el festival para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

En el caso del tiempo en el cargo de los directores, este presenta relación significativa con el colorido ( $p=0,001$ ) y armonía entre baile y música ( $p=0,009$ ), así pues, para el primero de los casos (figuras 61 y 62), los resultados muestran que el 70% de los directores ven esta influencia como muy importante, en donde el 82% de ellos corresponde con directores con experiencia mayor a ocho años en el cargo, así mismo, el 27,5% de los directores valoraron esta influencia como importante y el 2,5% restante como ni importante ni no importante.

En términos porcentuales, el total de directores con menor experiencia en el cargo valoraron esta influencia como importante, que se corresponde con el 8,33% del total de directores, así mismo, del total de directores con experiencia entre dos y cinco años en el cargo, el 25% lo valoró como importante, mientras que el 75% restante como muy importante. Para los directores un poco más experimentados, la valoración se reparte equitativamente entre importante y muy importante, mientras que para los más experimentados, solo el 4% lo valoró como ni importante ni no importante (correspondiente al 2,5% del total), mientras que el 13% dijo ser importante y el 82% muy importante.

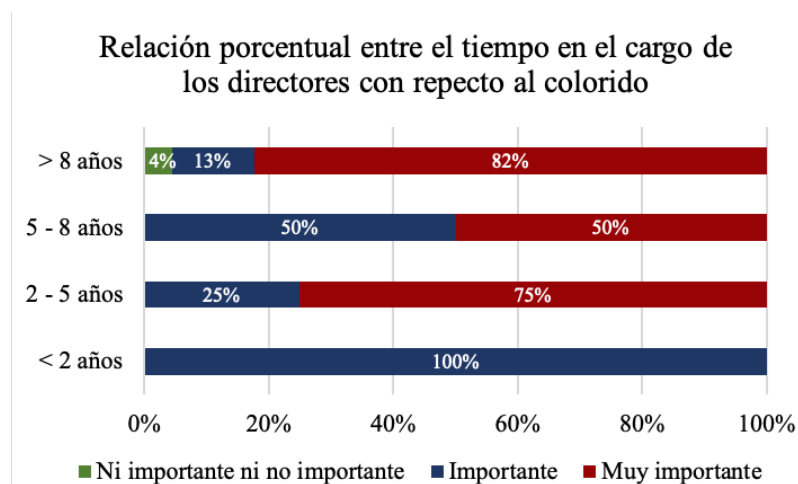


Fig. 61: Relación entre el tiempo en el cargo como director con respecto al colorido.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 62: Relación porcentual del tiempo en el cargo como director con respecto al colorido.

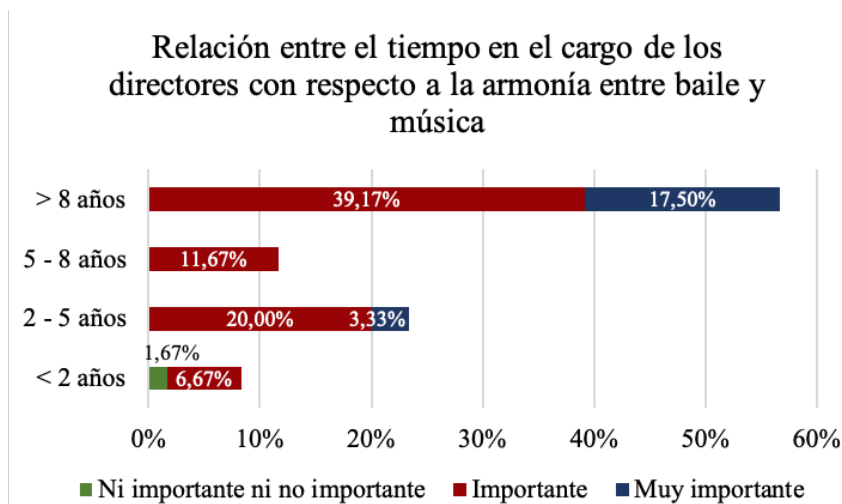


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

De igual forma, para el caso de la armonía entre baile y música (figuras 63 y 64), los datos muestran que solo el 1,67% de los directores valoró esta influencia como ni importante ni no importante, mientras que el 77,5% mostro ser importante y el 20,83% muy importante. Para el 20% de los directores menos experimentados, esta influencia no es importante ni tampoco no importante, el 80% de ellos dijo ser importante. De igual forma, para los directores con experiencia entre dos y cinco años en el cargo, el 86% manifestaron ser una influencia

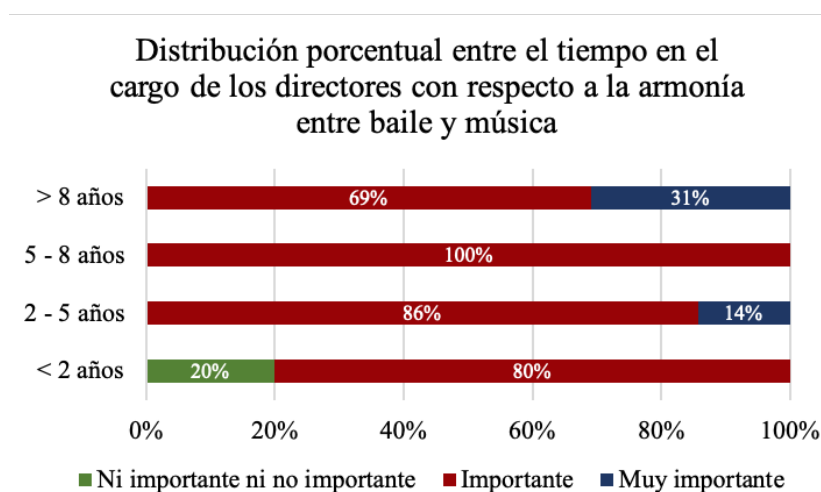
importante para la selección de los grupos y el 14% de ellos muy importante. El total de directores con experiencia entre cinco y ocho años dijeron que esta influencia es importante, mientras que para los directores más experimentados, el 69% esta influencia es importante y para el 31% restante muy importante.

Fig. 63: Relación del tiempo en el cargo como director con respecto a armonía entre música y baile.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

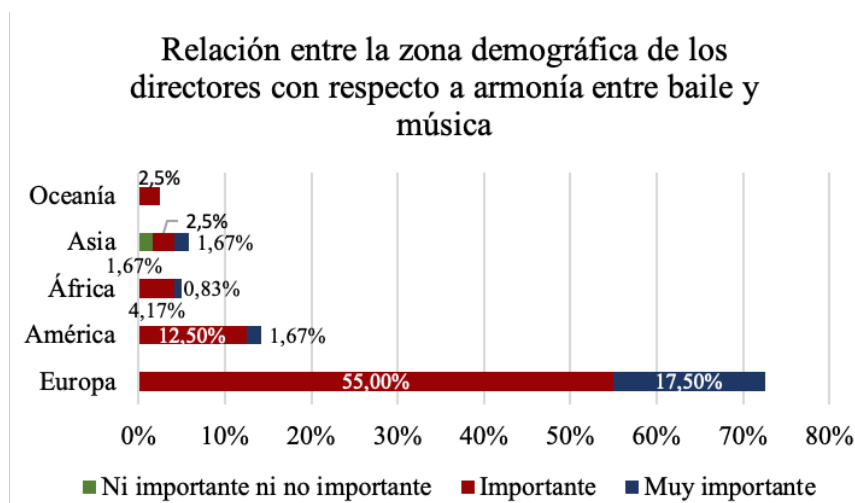
Fig. 64: Relación porcentual del tiempo en el cargo como director con respecto a armonía entre música y baile.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

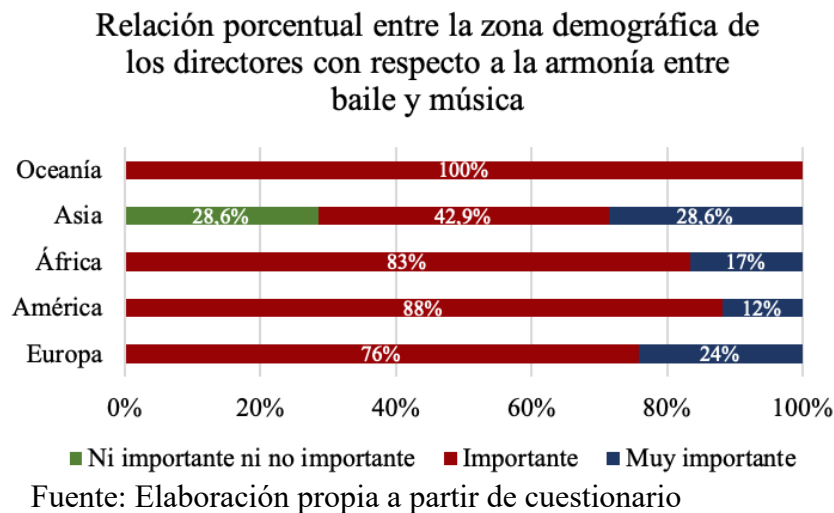
Para el caso de la zona demográfica de los directores, esta presenta relaciones significativas con armonía entre baile y música ( $p=0,000$ ) y vestuario típico ( $p=0,007$ ), así para el primero de ellos (figuras 65 y 66), se observa que el 76,67% de los directores dicen valorar esta influencia como importante, el 21,67% como muy importante, mientras que el 1,67% dice que no es ni importante ni no importante. Del total de directores que manifestaron ser importante, el 2,5% corresponde a directores de Oceanía, el 2,5% a Asia, el 4,175 a África, el 12,5% a América y el 55% a Europa. En otras palabras, los datos reflejan que el total de directores de Oceanía la consideran como importante. Para los directores de festivales asiáticos, el 28,6% manifiestan como ni importante ni no importante, el 42,9% como importante y el 28,6% como muy importante. Posteriormente para los directores de África, América y Europa las valoraciones son altas, presentando para el caso de África un 83% como valoración de importante y un 17% como muy importante, para América el 88% lo valora como importante y el 12% restante como muy importante y, finalmente para los directores europeos, estos la valoran como importante el 76% y como muy importante el 24% restante.

Fig. 65: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a armonía entre música y baile.



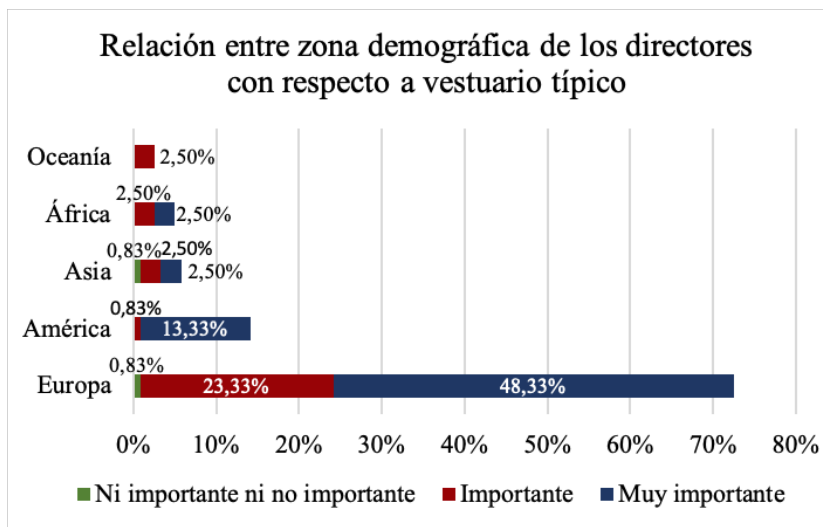
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 66: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a armonía entre música y baile.



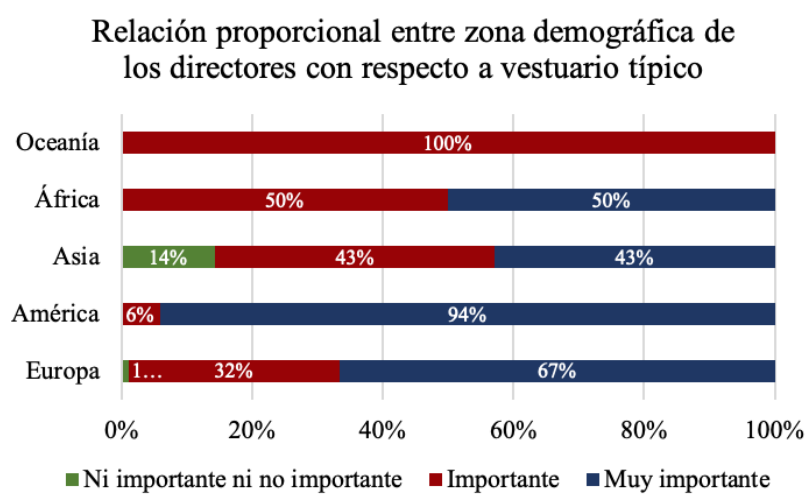
De igual forma, con respecto a vestuario típico (figuras 67 y 68), el 66,67% de los directores valoraron esta influencia como muy importante, de los cuales el 48,33% pertenecen a Europa, el 13,33% a América, y en menor medida el 5% restante se reparte entre África y Asia, así mismo, el 31,67% de los directores la valoraron como importante y el 1,67% como ni importante ni no importante, de esta forma, el total de directores de la zona de Oceanía manifestaron que esta influencia es importante, para la mitad de los directores africanos esta es importante, mientras que para la otra mitad, esta es muy importante. Para los directores asiáticos, el 14% manifiesta que esta influencia no es ni importante ni no importante, el 43% cree que es importante y el otro 43% cree que es muy importante. Para la gran mayoría de directores de América (94%) esta influencia es muy importante y para el 6% restante importante. Finalmente, para directores europeos, tan solo el 1% la valora como ni importante ni no importante, el 32% como importante y el 67% restante como muy importante.

Fig. 67: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a vestuario típico.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 68: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a vestuario típico.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con la titularidad del festival, esta muestra relación significativa con respecto a instrumentos musicales autóctonos ( $p=0,023$ ), los resultados se muestran en las figuras 69 y 70, en ellas se observa que el 76,67% de los directores la calificaron como muy importante, de los cuales el 25,83% dirigen festivales de titularidad pública, el 42,5% pertenece a valoraciones de festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro, el 0,83 es privada

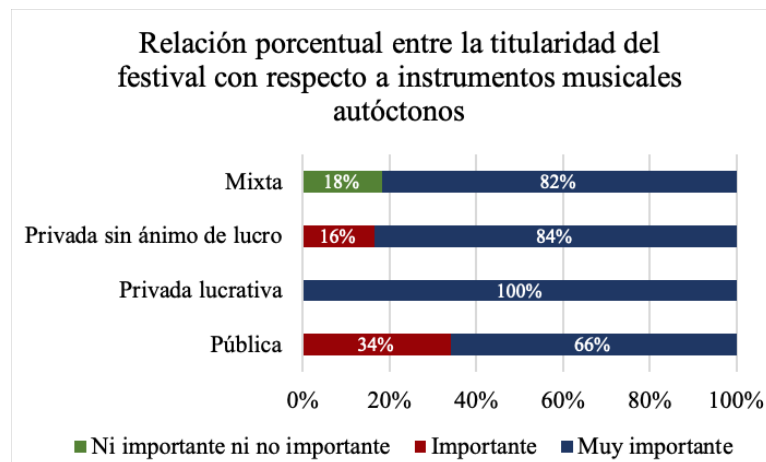
lucrativa y el 7,5% restante a titularidad mixta, el 21,67% dijeron que es importante esta influencia y el 1,67% manifestaron que no es ni importante ni no importante. De esta forma, el 34% de titularidad pública la considera importante y el 66% muy importante, mientras que para la totalidad de festivales de carácter privado lucrativo esta influencia es muy importante, para el 84% de festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro esta es muy importante y para el 16% restante, esta es importante. Para festivales con titularidad mixta esta influencia es ni importante ni no importante para el 18% de ellos mientras que el 82% la considera muy importante.

Fig. 69: Relación de la titularidad del festival con respecto a instrumentos autóctonos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 70: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a instrumentos autóctonos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, la última variable que presenta relaciones significativas es el tipo de festival, con respecto a la trayectoria del grupo ( $p=0,000$ ) y el colorido ( $0,000$ ), así pues, para el primero de los casos (figuras 71 y 72), los resultados muestran que el 83,33% de los festivales consideran importante esta influencia, donde el 62,5% son festivales tipo exhibición, 5,83% son tipo concurso y el 15% restante son tipo mixtos. Así mismo el 10,83 % del total de festivales consideran muy importante esta influencia, de los cuales el 7,5% son tipo exhibición, 1,67% concurso y el último 1,67% son tipo mixtos. Para el 5,83% restante esta influencia no es ni importante ni no importante, de los cuales, el 2,5% son tipo exhibición y el 3,33% restante son mixtos. En términos relativos, el 86% de los festivales tipo exhibición consideraron importante esta influencia, el 10% muy importante y el 3% como ni importante ni no importante. de igual forma, el 78% de los festivales tipo concurso dijeron que esta influencia es importante y el 22% restante dijeron que es muy importante, finalmente, el 75% de los festivales mixtos la valoraron como importante, el 17% como ni importante ni no importante y el 8% restante como muy importante.

Fig. 71: Relación del tipo de festival con respecto a la trayectoria del grupo.

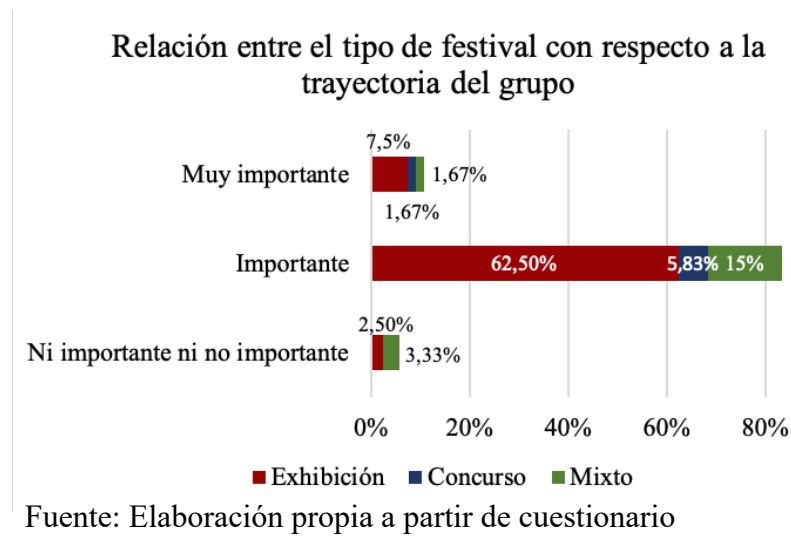
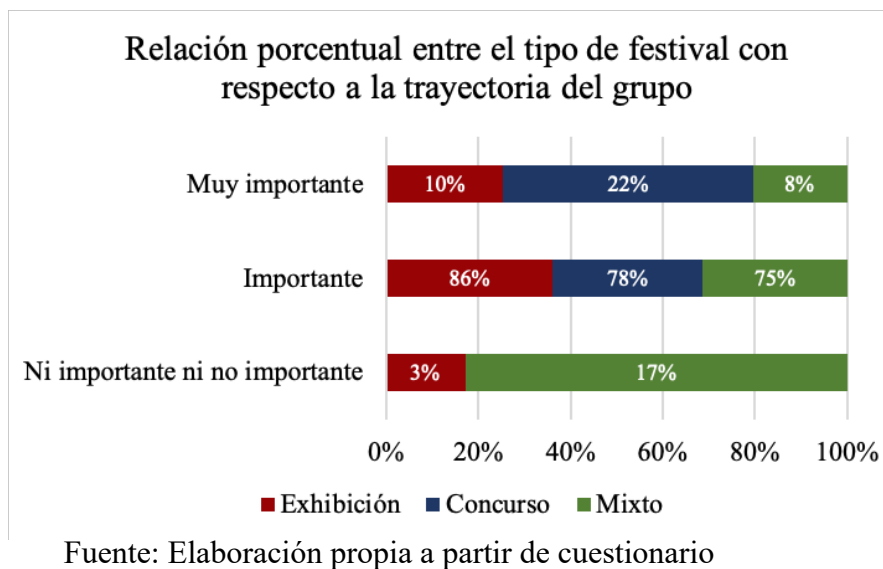


Fig. 72: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a la trayectoria del grupo.

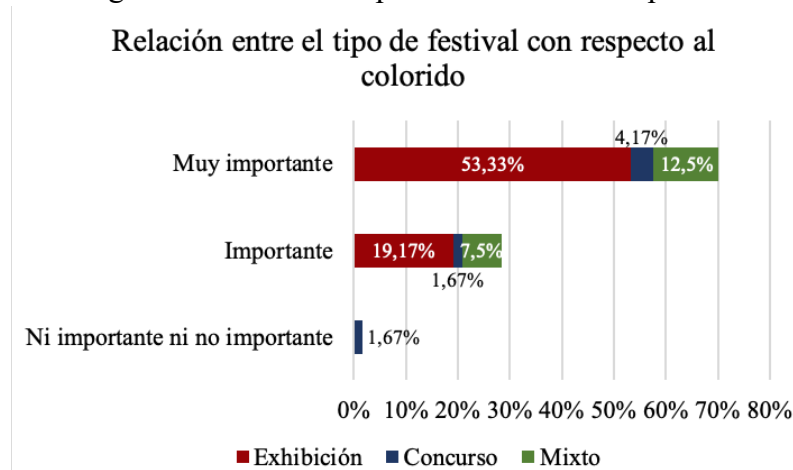


De igual forma, para el caso del colorido (figuras 73 y 74), los datos reflejan que el 70% de los festivales valoran esta influencia como muy importante, el 28,33% como importante y el 1,67% restante como ni importante ni no importante. De los festivales tipo exhibición, el 74% da una valoración de muy importante a esta influencia, mientras que el 26% restante la valora como importante, así mismo los festivales mixtos la valoran como muy importante, mientras que el 37,5% como importante, finalmente los festivales tipo concurso, valoran esta



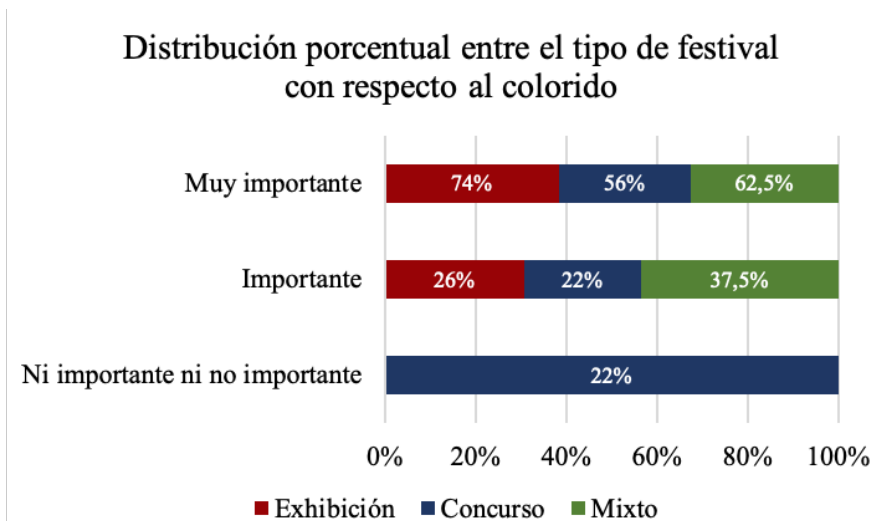
influencia como muy importante el 56%, importante, el 22% y el 22% restante como ni importante ni no importante.

Fig. 73: Relación del tipo de festival con respecto al colorido.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 74: Relación porcentual del tipo de festival con respecto al colorido.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

### 5.2.2 Características del gestor del festival de folklore

Este bloque del cuestionario se refiere a las características del director de festivales de folklore como gestor de estos, se compone por tres preguntas que se relacionan con las hipótesis HD3 a HD8, las preguntas relacionadas con los conocimientos se hicieron en la tercera pregunta, mientras que la cuarta pregunta corresponde a las competencias de los directores y, finalmente la quinta pregunta hace referencia a los valores de los directores.

#### 5.2.2.1 Conocimientos del director del festival de folklore

Para determinar la importancia de los conocimientos del director del festival se desarrolló una pregunta con diez variables que corresponden a cinco de gestión y cinco relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, con valoración escala Likert de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, y 5 la calificación más alta. Después del pre-test, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis.

De esta forma, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,739) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.

Tabla 53: Valoración de los conocimientos del gestor por parte de los directores de festivales de folklore

Conocimientos directores	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Trabajo colaborativo y creación de redes	120	3	5	4,55	0,676
Gestión del tiempo, espacios y actividades	120	3	5	4,36	0,618
Gestión de recursos	120	2	5	4,32	0,795
Estrategia y planificación	120	2	5	4,32	0,883
Conocimientos artísticos	120	1	5	4,29	0,859
Conocimiento de la diversidad cultural en el patrimonio inmaterial	120	2	5	4,25	0,793
Significación cultural de las representaciones artísticas	120	2	5	4,22	0,937
Normativa, legislación, contratación y propiedad intelectual	120	1	5	4	0,939
Análisis de impactos	120	1	5	3,68	0,947
Políticas culturales y directrices UNESCO	120	1	5	3,62	1,152

Fuente: Elaboración propia

La tabla 53 muestra los resultados de las medias de las respuestas obtenidas por parte de los directores a la tercera pregunta del cuestionario, en ella los conocimientos más valorados por los directores para la formación del gestor del festival de folklore corresponde con trabajo colaborativo y creación de redes con una media de 4,55, el 38% de los directores valoraron este conocimiento con la calificación más alta y el 14% con la segunda calificación más alta. Le siguen gestión del tiempo, espacios y actividades con una media de 4,36, con 4,32 gestión de recursos, estrategia y planificación y finalmente conocimientos artísticos con una media de 4,29, las valoraciones más altas de estos conocimientos se centran alrededor del 50% de los

directores. En media tabla se encuentran conocimiento de la diversidad cultural en el patrimonio inmaterial (4,25), significación cultural de las representaciones artísticas (4,22) y normativa, legislación, contratación y propiedad intelectual (4). Por el contrario, con las menores valoraciones se encuentran análisis de impactos con una media de 3,68 (13% de directores calificaron con la puntuación más alta y el 18% con la segunda más alta) y políticas culturales y directrices UNESCO (3,62), estas últimas, el 17% de los directores le atribuyeron la calificación más alta, mientras que el 15% le dieron la segunda más alta calificación. Con esta información, las valoraciones están repartidas entre las diferentes variables de gestión y del patrimonio cultural inmaterial, por lo que prueba parcialmente la hipótesis HD3, sin embargo, se procede con el análisis estadístico de la tabla 54.

Posteriormente se realizó un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades y en la matriz de componentes, se han eliminado dos variables correspondientes al ámbito de gestión y una variable del patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 54, el primero de los factores que corresponde a las variables de patrimonio cultural inmaterial representa al 35,422% de la varianza total de la matriz de conocimientos del patrimonio cultural inmaterial, mientras que el segundo factor que corresponde con los conocimientos relacionados con la gestión equivale al 22,417% de la varianza total acumulada. Estos resultados muestran los conocimientos del patrimonio inmaterial como mayor valor en los dos componentes, por lo que, en primera instancia si corrobora la hipótesis HD3, sin embargo, se procede con el análisis de las relaciones significativas para aprobarla.

Tabla 54: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los conocimientos del gestor por parte de los directores de festivales de folklore.

Conocimientos directores	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Gestión del tiempo, espacios y actividades		0,739	Gestión
Estrategia y planificación		0,616	
Normativa, legislación, contratación y propiedad intelectual		0,555	
Significación cultural de las representaciones artísticas	0,875		Patrimonio cultural inmaterial
Conocimiento de la diversidad cultural en el patrimonio inmaterial	0,757		
Políticas culturales y directrices UNESCO	0,747		
Conocimientos artísticos	0,733		
Valores propios	2,48	1,569	
%Varianza explicada	35,422	22,417	
%Varianza acumulada	35,422	57,839	
KMO		0,703	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

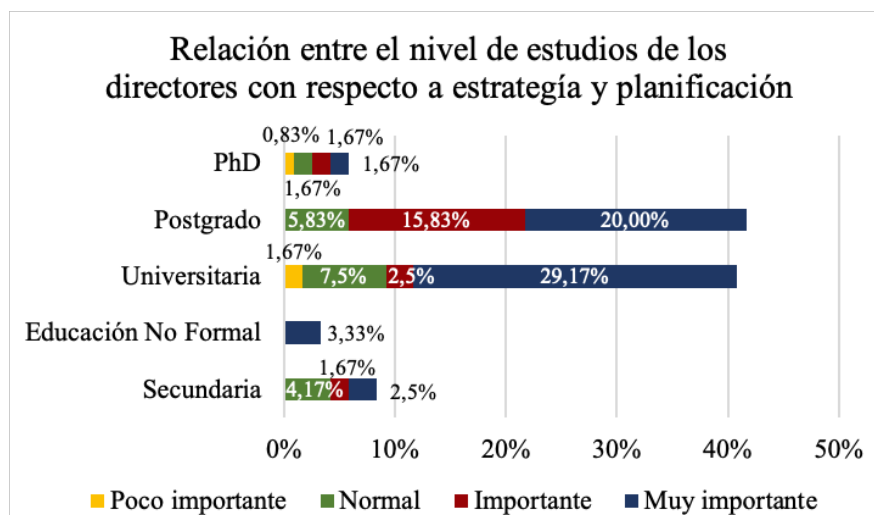
Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, se procede a verificar las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a los conocimientos del gestor de festivales para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

En el caso del nivel de estudios de los directores, este presenta relación significativa con estrategia y planificación ( $p=0,038$ ), análisis de impactos ( $p=0,016$ ) y conocimientos artísticos ( $p=0,040$ ). De esta forma, para el primero de los casos, los resultados (figuras 75 y 76) reflejan que existe una mayoría en las valoraciones de muy importante con un 56,67% del total de directores, seguido por la valoración importante con un 21,67%, normal con un 19,17%

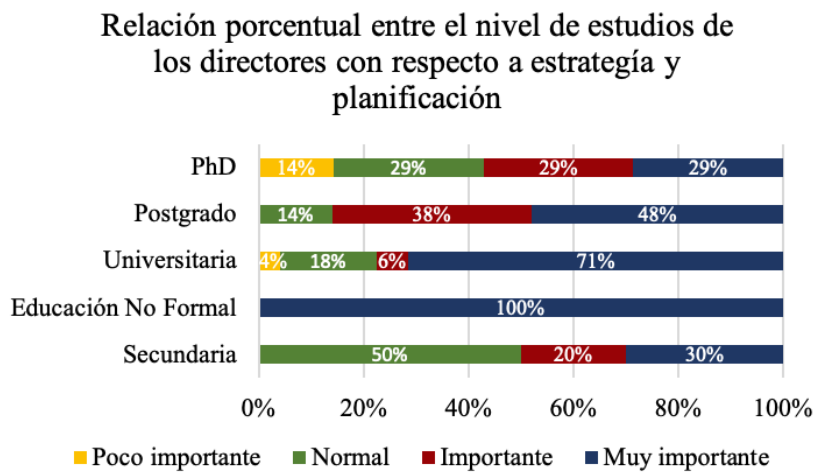
y poco importante con un 2,5%. El total de directores con estudios de educación no formal, valoraron este conocimiento como muy importante, así mismo, los directores con estudios secundarios repartieron sus valoraciones como normal (50%), el 20% dijeron que es importante y el 30% restante lo valoraron como muy importante. De los directores con estudios de posgrado, el 14% valoraron este conocimiento como normal, el 38% como importante y el 48% como muy importante. Un poco más diversificado se encuentran las valoraciones en los directores con estudios universitarios con un 4% que dijeron que es poco importante, un 18% normal, un 6% como importante y finalmente con mayoría absoluta el 71% de estos manifestaron que es muy importante. De los directores con título de PhD el 14% manifiesta que este conocimiento es poco importante, el 29% que es normal, el 29% importante y el 29% restante que es muy importante.

Fig. 75: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a estrategia y planificación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

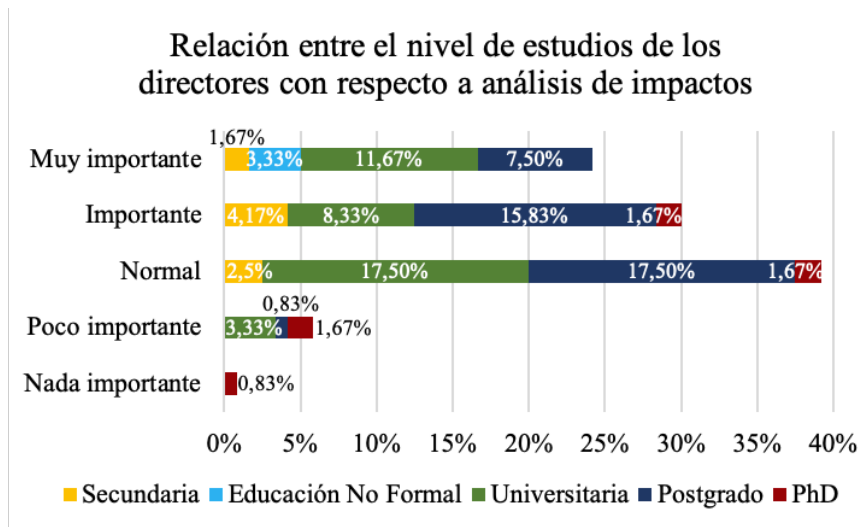
Fig. 76: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a estrategia y planificación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

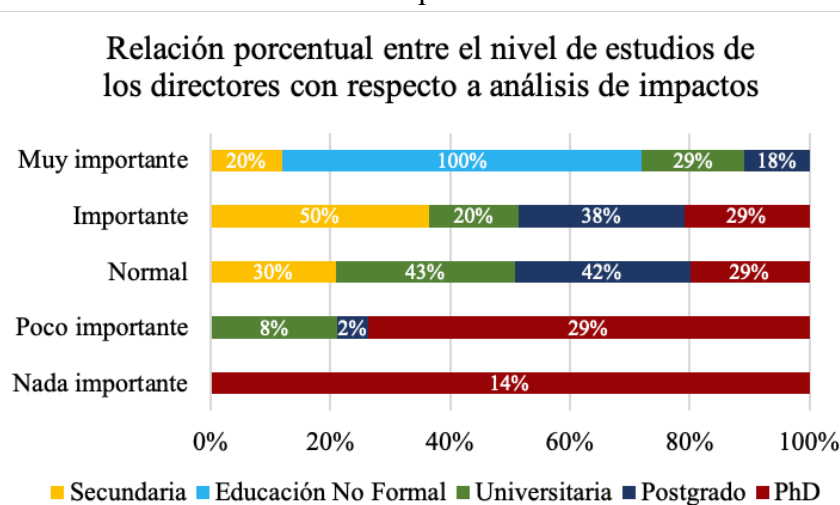
De la misma forma, con referencia a análisis de impactos (figuras 77 y 78), los datos muestran que más de la mitad de los directores (54,17%) valoraron este impacto con las calificaciones más altas y casi un poco más de un tercio (39,17%) lo valoró como algo normal. En términos porcentuales relativos, de los directores con título de doctorado, el 14% de ellos valoraron como nada importante este conocimiento y el porcentaje restante (86%) se repartió equitativamente en las valoraciones de poco importante, normal e importante. Así mismo, los directores con estudios de educación no formal coincidieron en que este conocimiento es muy importante. De los directores con estudios de posgrado, el 18% lo valoró como muy importante, el 38% como importante y el 42% como normal. La mitad de los directores con estudios de secundaria dijeron que es importante, el 20% que es muy importante y el 30% como normal. Finalmente, de los directores con estudios universitarios, el 8% lo valoró como poco importante, el 43% como normal, el 20% como importante y finalmente el 29% restante como muy importante.

Fig. 77: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a análisis de impactos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 78: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a análisis de impactos.



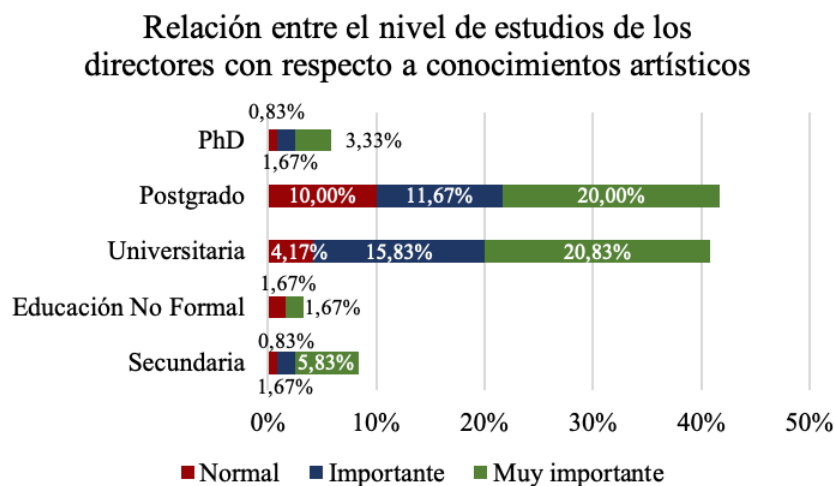
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, con relación los conocimientos artísticos (figuras 79 y 80), para el 51,67% de los directores este conocimiento es muy importante, el 30,83% asegura que es importante y para el 17,5% este conocimiento es normal. De los directores que manifiestan que es muy importante este conocimiento, el 20,83% de ellos tiene estudios universitarios, el 20% estudios de posgrado, el 3,35% estudios de doctorado, el 5,83% tiene estudios secundarios y el 1,67%



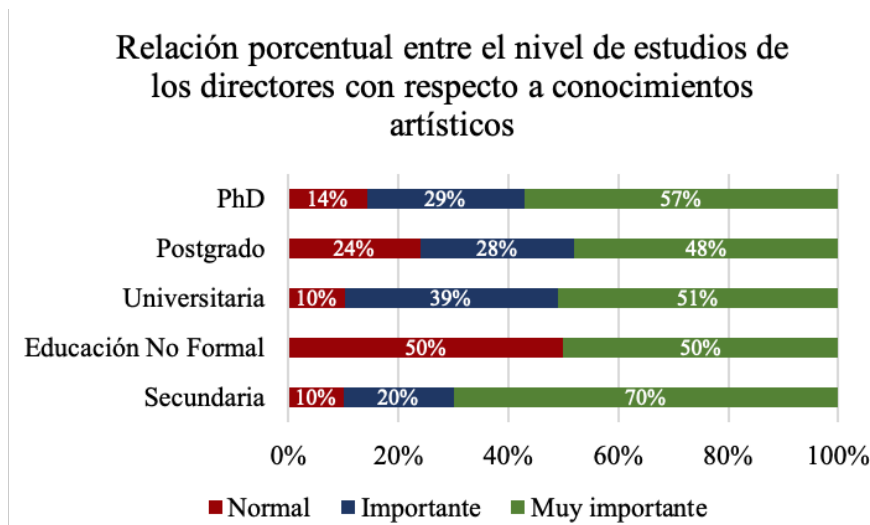
restante posee estudios de educación no formal. De los directores con estudios de doctorado, el 57% de ellos cree que este conocimiento es muy importante, el 29% que es importante y el 14% que es normal. Con similares respuestas se presentan aquellos directores con estudios de posgrado, donde el 48% de ellos afirma que este conocimiento es muy importante, el 28% que es importante y el 24% que es normal. Aquellos con estudios universitarios, el 51% de ellos manifiesta que este conocimiento es muy importante, el 39% que es importante y el 10% que es normal. Para aquellos directores con estudios de educación no formal, la mitad considera que es normal, mientras que la otra mitad considera que es muy importante. Finalmente, para los directores con estudios secundarios, el 10% de ellos indican que es normal este conocimiento, el 20% que es importante y el 70% que es muy importante.

Fig. 79: Relación del nivel de estudios de los directores con respecto a conocimientos artísticos.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 80: Relación porcentual del nivel de estudios de los directores con respecto a conocimientos artísticos.

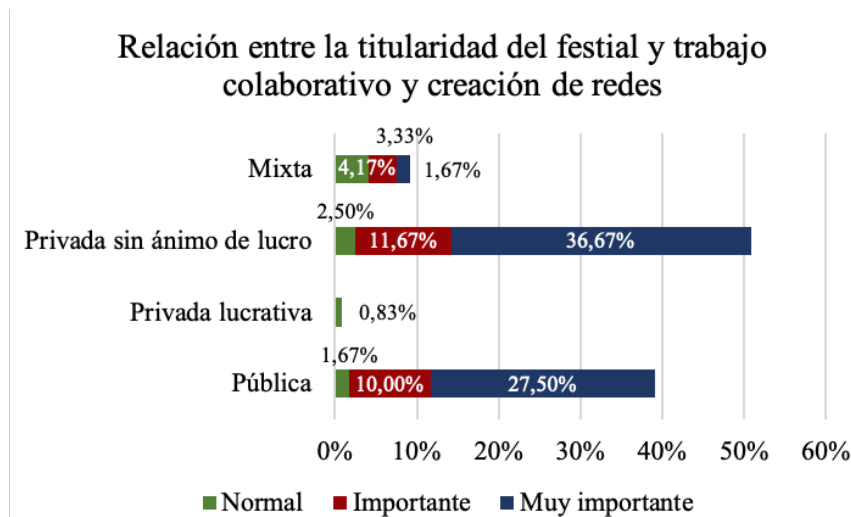


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

La titularidad del festival también presenta relaciones significativas con respecto al trabajo colaborativo y creación de redes ( $p=0,001$ ), los datos se reflejan en las figuras 81 y 82. En ella se observa que el 65,83% de los directores valoraron este conocimiento como muy importante, de los cuales el 36,67 son festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro, el 27,5% son públicos y el 1,67% restante son mixtos. De igual forma el 25% lo consideraron importante donde el 11,67% son privados sin ánimo de lucro, el 10% son públicos y el 3,33% restante son de titularidad mixta. El total de los festivales de carácter privado lucrativo valoraron este conocimiento como algo normal. De los festivales de titularidad mixta, el 45% cree que este conocimiento es normal, el 36% que es importante y el 18% que es muy importante. Los festivales privados sin ánimo de lucro y los públicos presentan una similitud en sus valoraciones, donde alrededor del 70% (72% para privada sin ánimo de lucro y 70% para publica) manifestaron que este conocimiento es muy importante, así mismo, en torno a un cuarto de la valoración (23% para privada sin ánimo de lucro y 26% para publica) lo consideran

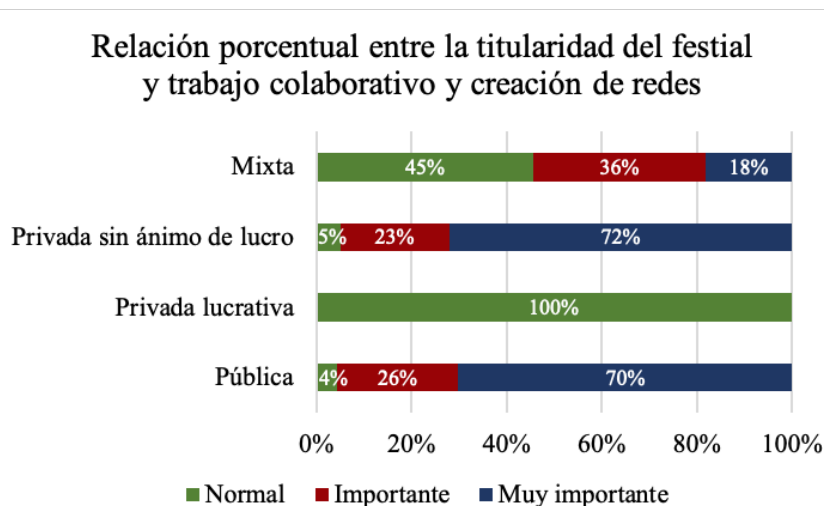
importante y en menor medida, alrededor del 5% (5% para privada sin ánimo de lucro y 4% para publica) lo manifestaron como normal.

Fig. 81: Relación de la titularidad del festival con respecto a trabajo colaborativo y creación de redes.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 82: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a trabajo colaborativo y creación de redes.

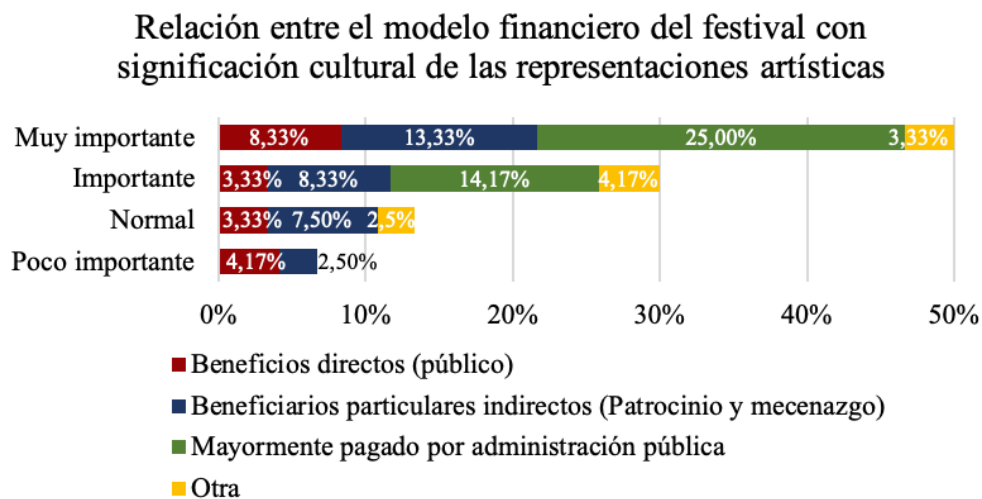


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, la última relación significativa se da entre el modelo financiero y la significación cultural de las representaciones artísticas ( $p=0,045$ ), los resultados se observan

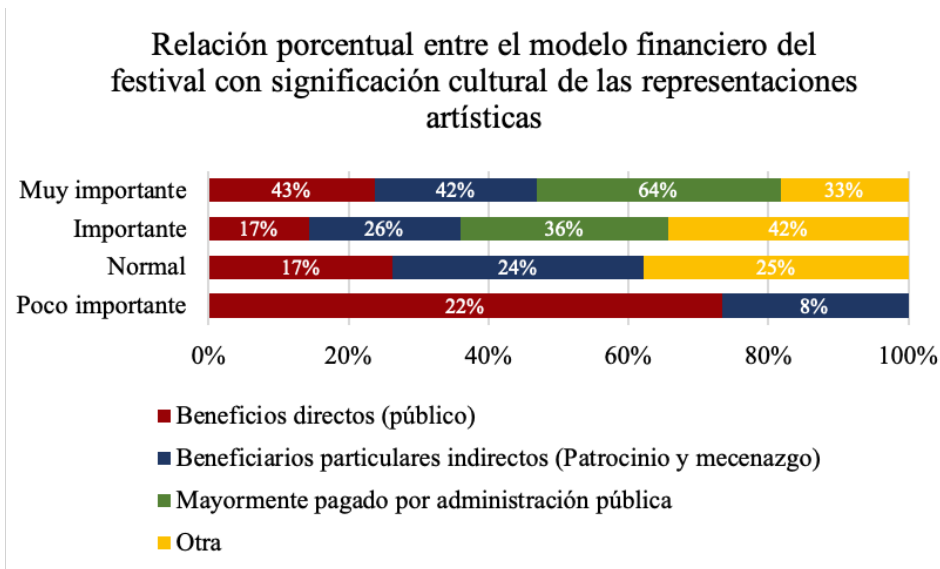
en las figuras 83 y 84. Los datos muestran que la mitad de los festivales consideran muy importante este conocimiento, el 30% lo considera importante, el 13,33% normal y el 6,67% lo considera poco importante. De los festivales cuyo modelo financiero es pagado mayormente por la administración pública, el 64% considera como muy importante este conocimiento, mientras que el 36% lo considera como importante. De aquellos festivales con otro tipo de modelo financiero, el 33% lo considera muy importante, el 42% como importante y el 25% restante como normal. Los festivales cuyo modelo financiero depende de beneficios directos, calificaron este conocimiento como muy importante el 43%, importante el 17%, normal el 17% y poco importante el 22% restante, de igual forma, de los festivales con modelo financiero de beneficios particulares indirectos, el 42% califica como muy importante este conocimiento, el 26% como importante, el 24% como normal y finalmente el 8% restante como poco importante.

Fig. 83: Relación del modelo financiero del festival con respecto a significación cultural de las representaciones artísticas.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 84: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a significación cultural de las representaciones artísticas.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

#### 5.2.2.2 Competencias del director del festival de folklore

Para determinar la importancia de las competencias del director del festival se desarrolló una pregunta con diez variables que corresponden a cinco de gestión y cinco relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, con valoración escala Likert de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, y 5 la calificación más alta. Después del pre-test, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis.

De esta forma, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,763) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.

Tabla 55: Valoración de las competencias del gestor por parte de los directores de festivales de folklore

Competencias directores	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Planificación y organización	120	3	5	4,83	0,419
Respeto a la diversidad cultural	120	3	5	4,71	0,545
Toma de decisiones	120	2	5	4,61	0,623
Diseño y coordinación de la programación	120	2	5	4,45	0,676
Empatía y comunicación interpersonal	120	2	5	4,38	0,709
Aplicación de los conocimientos a la práctica	120	3	5	4,14	0,733
Aprendizaje continuo de la herencia cultural (Patrimonio)	120	2	5	4,07	0,846
Comprensión de las dimensiones interculturales y sociales	120	2	5	4,03	0,939
Capacidad de análisis y razonamiento crítico	120	2	5	3,99	0,883
Lingüística	120	1	5	3,77	0,894

Fuente: Elaboración propia

La tabla 55 muestra los resultados de las medias de las respuestas obtenidas por parte de los directores a la cuarta pregunta del cuestionario, en ella las competencias más valoradas por los directores para la gestión del festival de folklore corresponde con planificación y organización con una media de 4,83 y respeto a la diversidad cultural con una media de 4,71. Para la primera de ellas el 48% de los directores la valoraron con la puntuación más alta, mientras que el 8% le dieron a esta competencia la segunda más alta valoración, de igual forma para respeto a la diversidad cultural, el 43% de los directores dieron a este impacto la mayor

calificación, mientras que el 12% la calificaron con la segunda mejor valoración. Posteriormente, en la parte medio alta de la tabla se sitúan toma de decisiones con una media de 4,61 (calificación más alta por parte del 38% de los directores), seguido por diseño y coordinación de la programación con 4,45 (el 31% de los directores le dieron la mayor valoración), le sigue empatía y comunicación interpersonal con 4,38 (28% de los directores dieron calificación más alta). En la parte más baja con una media de 3,99 se sitúa capacidad de análisis y razonamiento crítico, con las valoraciones más altas correspondientes al 19% de los directores y, finalmente, lingüística es la competencia con menor valoración con una media de 3,77 y una valoración del 13% de los directores otorgándole la calificación más alta. En media tabla se encuentran aplicación de los conocimientos a la práctica con una media de 4,14, seguido por aprendizaje continuo de la herencia cultural (patrimonio) con 4,07 y comprensión de las dimensiones interculturales y sociales con 4,03.

Posteriormente se realizó un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades y en la matriz de componentes, se han eliminado dos variables correspondientes al ámbito de patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 56, el primero de los factores que corresponde a las variables de gestión representa al 29,496% de la varianza total de la matriz de influencia de gestión, mientras que el segundo factor que corresponde con las competencias relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial equivale al 28,655% de la varianza total acumulada. Estos resultados muestran las competencias más tendientes en el ámbito de la gestión, por lo que la hipótesis HD3 no sería corroborada, sin embargo, se procede a analizar más de cerca las relaciones significativas para aprobarla.

Tabla 56: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con las competencias del gestor por parte de los directores de festivales de folklore.

Competencias directores	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Planificación y organización	0,763		Gestión
Capacidad de análisis y razonamiento crítico	0,629		
Diseño y coordinación de la programación	0,648		
Aplicación de los conocimientos a la práctica	0,568		
Toma de decisiones	0,786		
Empatía y comunicación interpersonal		0,542	Patrimonio cultural inmaterial
Aprendizaje continuo de la herencia cultural (Patrimonio)		0,886	
Comprensión de las dimensiones interculturales y sociales		0,824	
Valores propios	2,36	2,292	
%Varianza explicada	29,496	28,655	
%Varianza acumulada	29,496	58,151	
KMO		0,72	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

Fuente: Elaboración propia

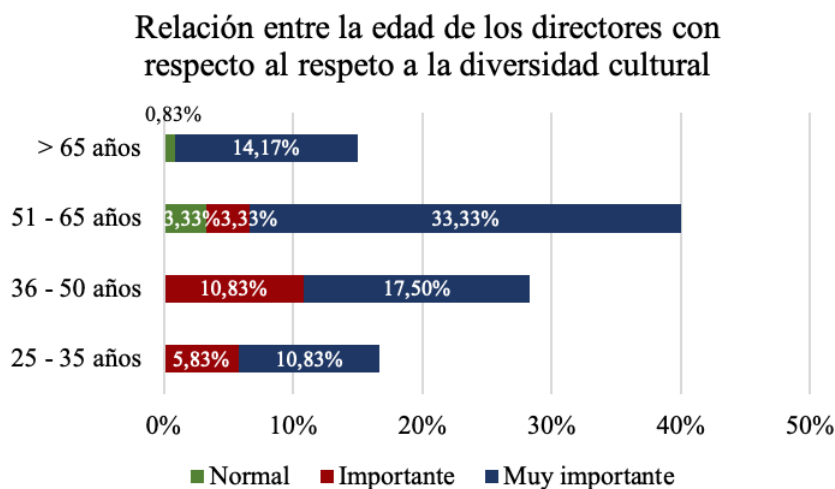
Así pues, se procede a verificar las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a las competencias del gestor de festivales para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

En el caso de la edad de los directores, esta presenta relación significativa con el respeto a la diversidad cultural ( $p=0,033$ ), los resultados se observan en las figuras 85 y 86, en ellas los datos muestran que el 75,83% valoraron esta competencia como muy importante, el 20% como importante y solo el 4,17% la valoraron como normal. De los directores que valoraron como muy importante esta competencia, el 33,33% pertenece al grupo comprendido entre los 51-65



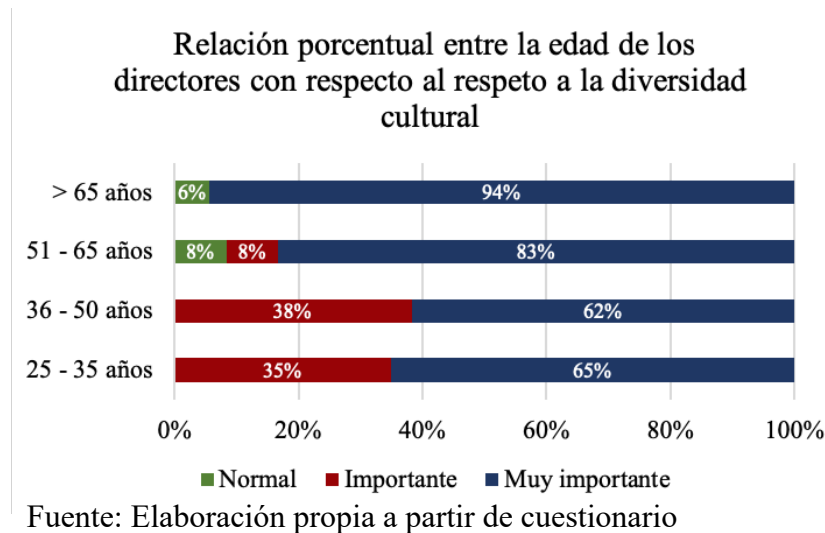
años, el 17,5% al grupo de 36-50 años, el 10,83% son los directores más jóvenes y el 14,17% restante son los directores con edades más avanzadas, de estos últimos, el 94% valoró esta competencia como muy importante y el 6% restante la valoró como normal. Del colectivo de directores de entre 51 y 65 años, el 8% valora como normal esta competencia, el 8% como importante y el 83% restante como muy importante, finalmente con similares valoraciones se encuentran los directores comprendidos entre los 36 y 50 años y los directores más jóvenes, donde alrededor del 65% (62% para 36-50 años y 65% para 25-35 años) consideraron como muy importante esta competencia y en torno al 35% (38% para 36-50 años y 35% para 25-35 años) la valoraron como importante.

Fig. 85: Relación de la edad de los directores con respecto al respeto a la diversidad cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 86: Relación porcentual de la edad de los directores con respecto al respeto a la diversidad cultural.



De igual forma para la variable del tiempo en el cargo de los directores, este presenta relación significativa con lingüística ( $p=0,044$ ), los resultados se observan en las figuras 87 y 88, en ellas los datos muestran que el 40% de los directores valoraron como importante esta competencia, seguido por el 31,67% como normal, el 22,5% para muy importante y en menor medida con el 4,17% del total de directores la catalogaron como poco importante y finalmente, el 1,67% dijeron que era nada importante. Los directores que consideraron como nada importante esta competencia equivale al 14% de los directores con experiencia de entre cinco a ocho años, estos equivalen al 1,67% del total de directores. Los directores que consideraron como poco importante esta competencia, corresponden al 7% de los directores con experiencia de entre dos y cinco años y al 21% de los directores con experiencia de entre cinco y ocho años. El resto de las valoraciones de los directores con experiencia de dos a cinco años se reparten el 32% como normal, el 43% como importante y el 18% como muy importante, así mismo, el resto de las valoraciones por parte del colectivo de entre cinco y ocho años de experiencia se reparten el 14% como normal y el 50% como importante. Los directores con menor experiencia en el cargo se reparten las valoraciones como normal el 30%, importante otro 30% y como

muy importante el 40%, así mismo, para los directores más experimentados, el 35% la consideran normal, el 38% importante y el 26% la consideran muy importante.

Fig. 87: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a lingüística.

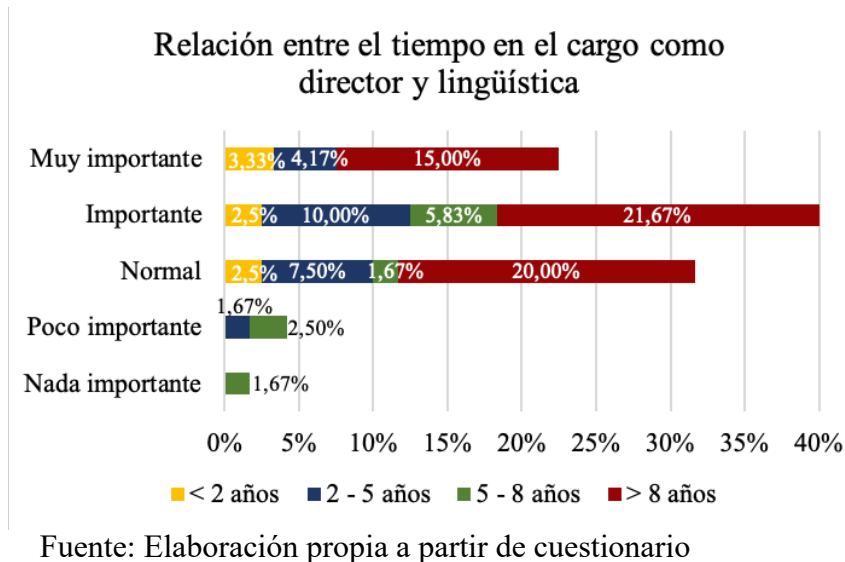
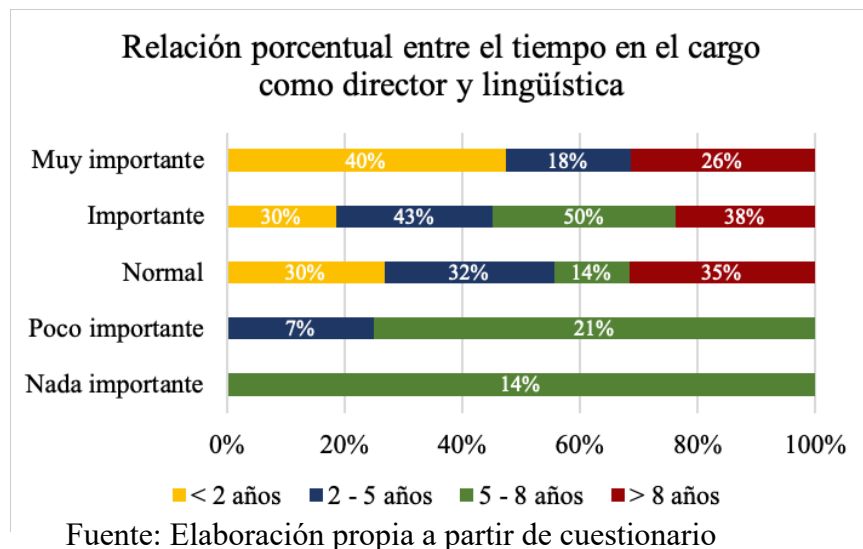


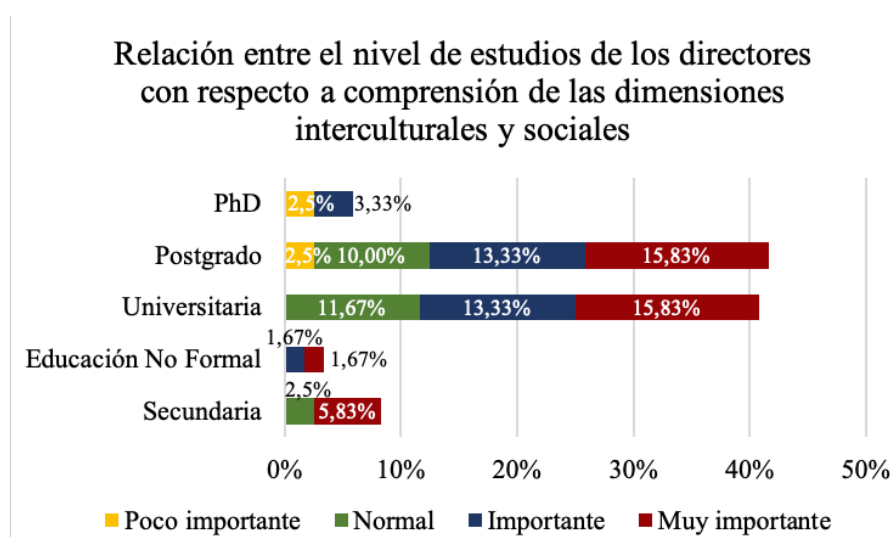
Fig. 88: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a lingüística.



Con relación al nivel de estudios de los directores, este presenta relación significativa con comprensión de las dimensiones interculturales y sociales ( $p=0,029$ ), los resultados se

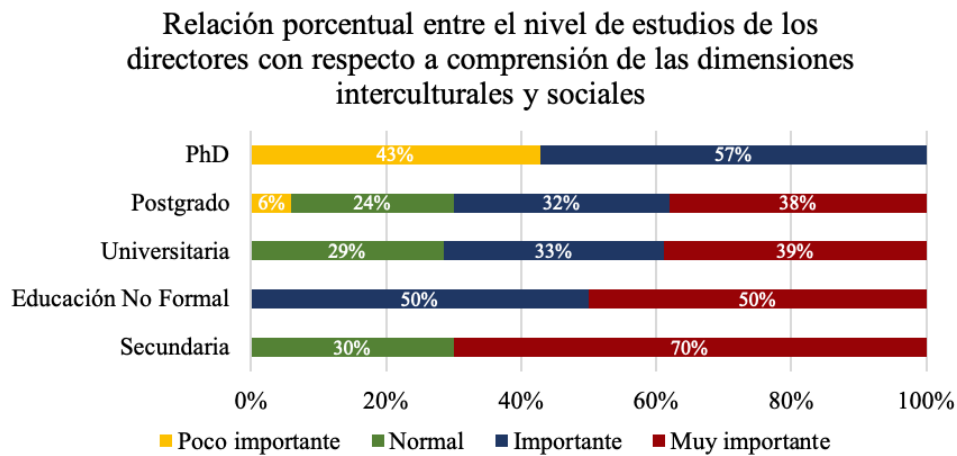
observan en las figuras 89 y 90, en ellas los datos reflejan que más de dos tercios de las valoraciones coinciden con las más altas, donde el 39,17% de los directores la valoran como muy importante y el 31,67% como importante, seguido por la valoración de normal del 24,17% y finalmente el 5% la valoran como poco importante. Del total de directores con doctorado, el 43% de ellos la valoraron como poco importante mientras que el 57% le dan una valoración de importante. Del colectivo de directores con estudios de posgrado, el 38% lo catalogan como muy importante, el 32% como importante, el 24% como normal y el 6% como poco importante. Así mismo, para los directores con estudios universitarios, el 39% valoran esta competencia como muy importante, el 33% como importante y el 29% como normal. De aquellos directores con estudios de educación no formal, la mitad de ellos lo valoraron como importante y la otra mitad como muy importante, finalmente, los directores con estudios secundarios valoran esta competencia como normal el 30% y el 70% restante como muy importante.

Fig. 89: Relación del nivel de estudio de los directores con respecto a comprensión de las dimensiones interculturales y sociales.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

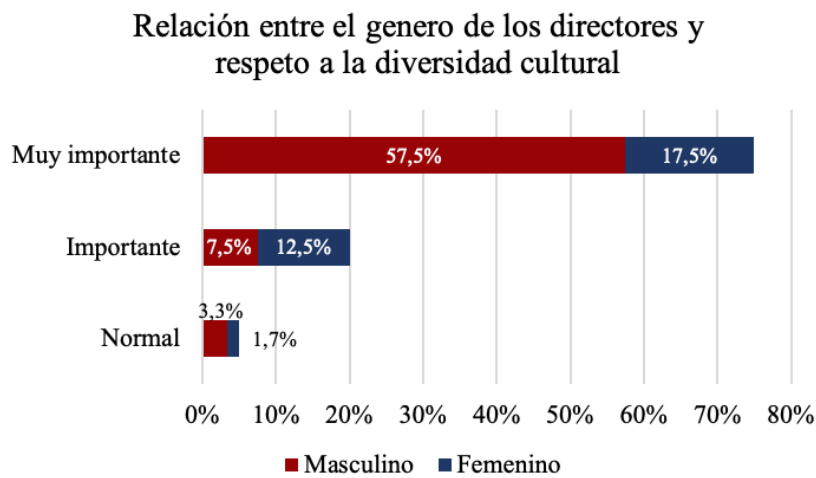
Fig. 90: Relación porcentual del nivel de estudio de los directores con respecto a comprensión de las dimensiones interculturales y sociales.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

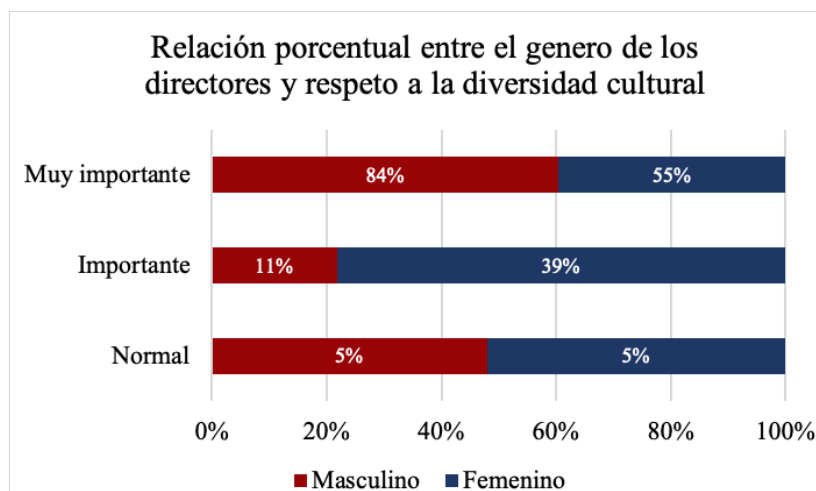
Con respecto al género de los directores, este presenta relación significativa con el respeto a la diversidad cultural ( $p=0,013$ ), los resultados se observan en las figuras 91 y 92, donde los datos muestran que el 75% de los directores califican esta competencia como muy importante, el 20% como importante y el 5% restante como normal. De los directores hombres, el 84% (que corresponde al 57,5% del total de directores) la cataloga como muy importante, el 11% (7,5% del total) como importante y el 5% (3,3% del total) como normal, así mismo, de los directores mujeres, el 55% (que corresponde al 17,5% del total) la cataloga como muy importante, el 39% (12,5% del total) como importante y el 5% (1,7% del total) restante como normal.

Fig. 91: Relación del género de los directores con respecto a respeto a la diversidad cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 92: Relación porcentual del género de los directores con respecto a respeto a la diversidad cultural.

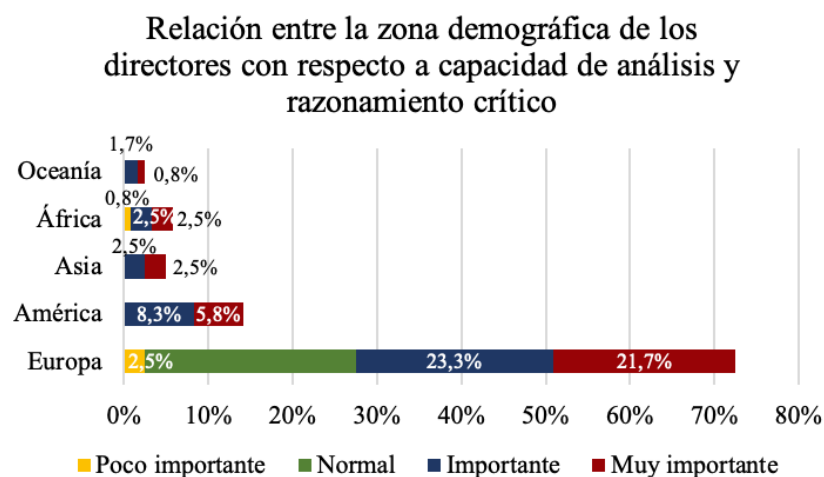


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con relación a la zona demográfica de los directores, este presenta relación significativa con capacidad de análisis y razonamiento crítico ( $p=0,046$ ), los resultados se observan en las figuras 93 y 94, donde los datos muestran que el 38,3% de los directores catalogan esta competencia como importante, seguido por muy importante con el 33,3%, el 25% la cataloga como normal y finalmente el 3,3% restante la catalogan como poco importante. Del total de directores de Oceanía, dos tercios de ellos la valoran como importante y el otro tercio como

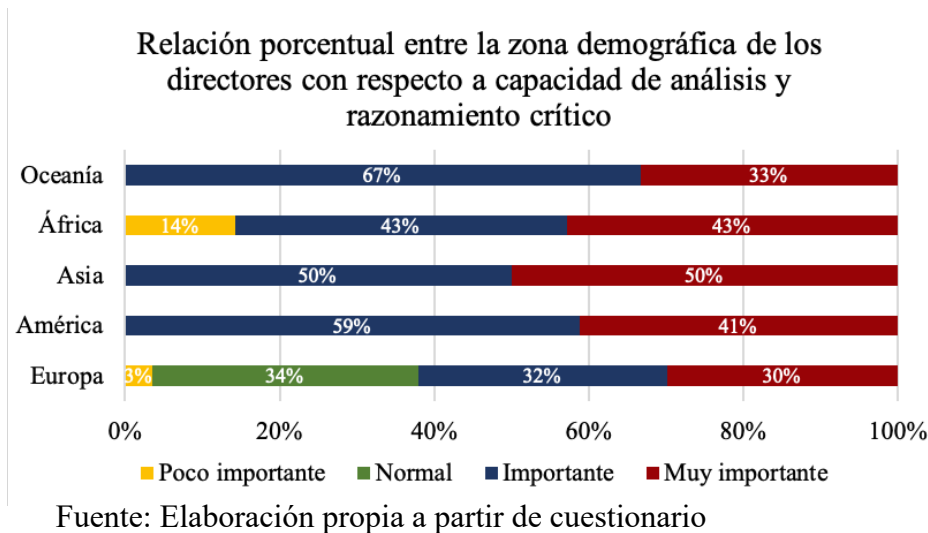
muy importante, así mismo, de los directores africanos, el 14% de ellos valoran esta competencia como poco importante, el 43% como importante y el otro 43% como muy importante. La mitad de los directores asiáticos la valoran como importante, mientras que la otra mitad la valoran como muy importante, en América sucede algo similar, donde el 59% la valoran como importante, mientras que el 41% restante la valora como muy importante, finalmente, para los directores de Europa, las valoraciones se diversifican cercanas a un tercio del total entre muy importante (30%), importante (32%), normal (34%) y finalmente tan solo el 3% la catalogan como poco importante.

Fig. 93: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a capacidad de análisis y razonamiento crítico.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

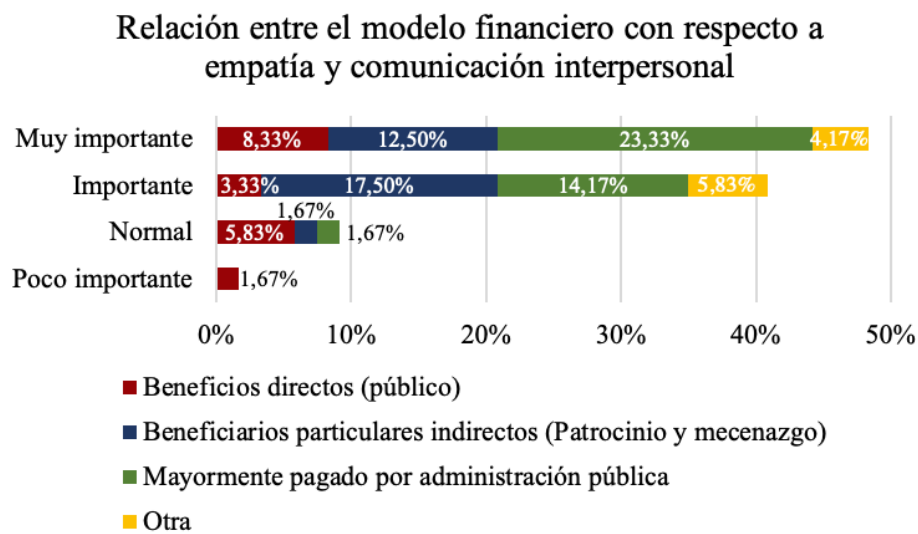
Fig. 94: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a capacidad de análisis y razonamiento crítico.



Con respecto al modelo financiero del festival, este presenta relación significativa con empatía y comunicación interpersonal ( $p=0,035$ ), los resultados se observan en las figuras 95 y 96, donde se refleja que el 48,33% de los festivales catalogan como muy importante esta competencia, el 40,83% como importante y en menor medida, con el 9,17% normal y tan solo el 1,67% la catalogan como poco importante. De aquellos festivales con modelos financieros basados en beneficios directos, el 43% la valoran como muy importante, el 17% como importante, el 30% como normal y el 9% restante como poco importante. Igualmente, para aquellos festivales con beneficios particulares indirectos, el 39% de ellos la califican como muy importante, el 55% como importante y finalmente el 5% como normal. De los festivales con modelo financiero mayormente pagado por la administración pública, el 60% la valoran como muy importante, el 36% como importante y finalmente el 4% como normal. Finalmente, aquellos festivales con otros modelos financieros el 42% de ellos la valoran como muy importante y el 58% como importante.

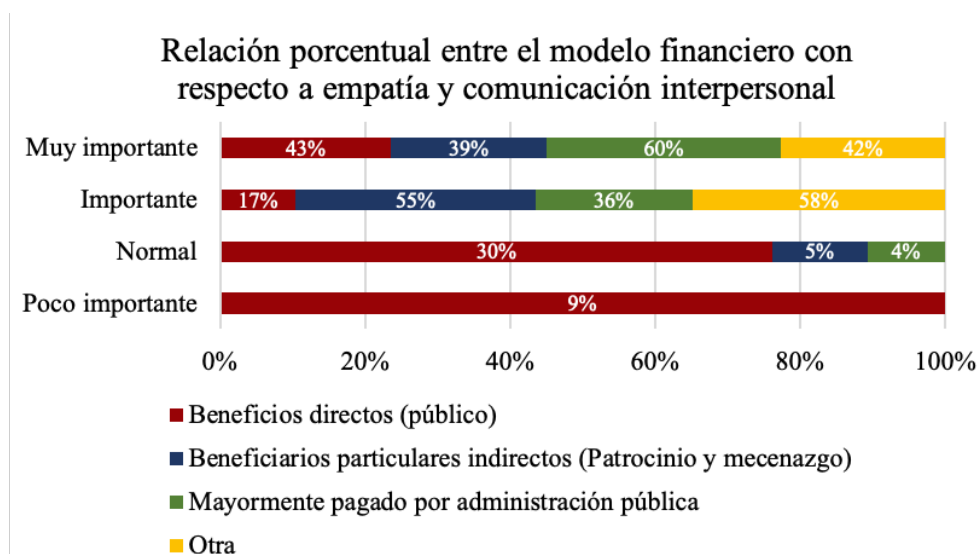


Fig. 95: Relación del modelo financiero del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 96: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal.

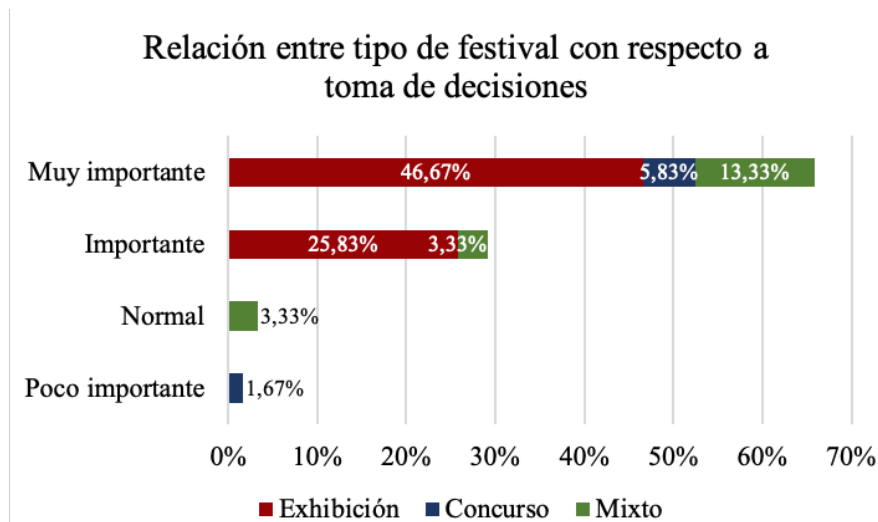


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Con respecto al tipo de festival, este presenta relación significativa con toma de decisiones ( $p=0,003$ ), los resultados se observan en las figuras 97 y 98, donde se refleja que casi dos tercios de los directores (65,83%) valoraron como muy importante esta competencia,

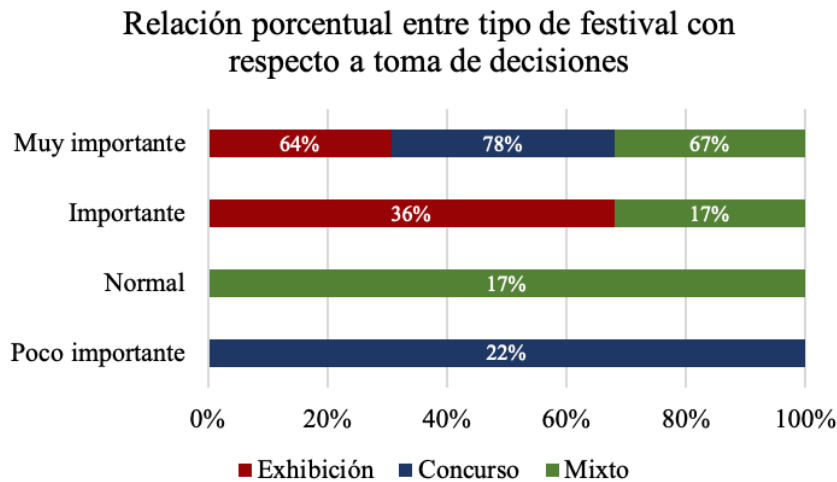
el 29,17% la valoraron como importante, el 3,33% como normal y tan solo el 1,67% como poco importante. Del total de festivales tipo exhibición, el 64% la valoraron como muy importante, mientras que el 36% la valoraron como importante. Así mismo, para los festivales tipo concurso, su valoración hacia esta competencia fue de un 78% como muy importante y un 22% como poco importante, finalmente, para festivales tipo mixto, sus valoraciones fueron un 67% consideraron como muy importante esta competencia, y el 34% restante se dividió equitativamente entre las valoraciones de normal e importante.

Fig. 97: Relación del tipo de festival con respecto toma de decisiones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

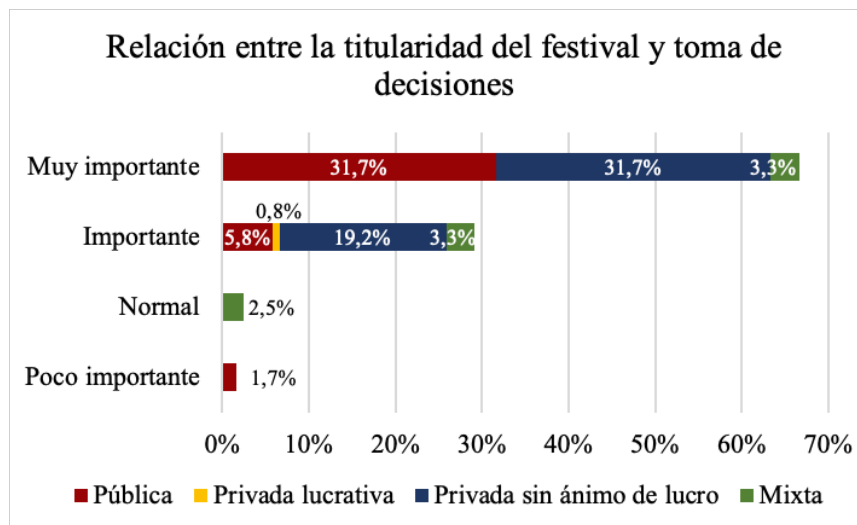
Fig. 98: Relación porcentual del tipo de festival con respecto toma de decisiones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

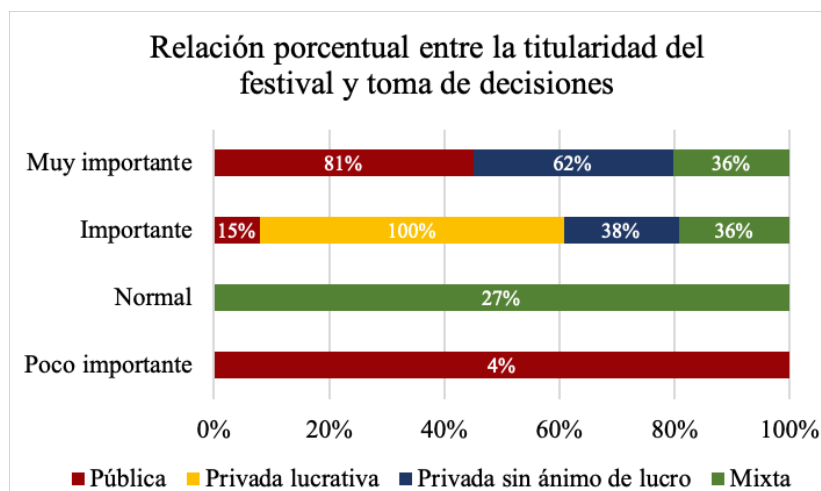
Finalmente, la última variable que presenta relaciones significativas en esta pregunta corresponde a la titularidad, donde presenta relación con la toma de decisiones ( $p=0,001$ ), lingüística ( $p=0,002$ ) y empatía y comunicación interpersonal ( $0,049$ ). Así pues, para el primero de los casos, los resultados se observan en las figuras 99 y 100, donde los datos muestran que dos tercios de los festivales valoraron como muy importante esta competencia, el otro tercio se repartió con el 29,2% en importante, el 2,5% como normal y finalmente con tan solo el 1,67% como poco importante. De los festivales con titularidad pública, el 81% de ellos la valoraron como muy importante, el 15% como importante y finalmente el 4% restante la valoraron como poco importante, los festivales con titularidad privada lucrativa indicaron como muy importante esta competencia, mientras que para los privados sin ánimo de lucro su valoración fue muy importante con el 62% e importante el 38%, finalmente, los festivales con titularidad mixta calificaron como muy importante esta competencia el 36%, el mismo porcentaje de festivales la valoraron como importante y finalmente el 27% indicaron una valoración de normal.

Fig. 99: Relación de la titularidad del festival con respecto toma de decisiones.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 100: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto toma de decisiones.

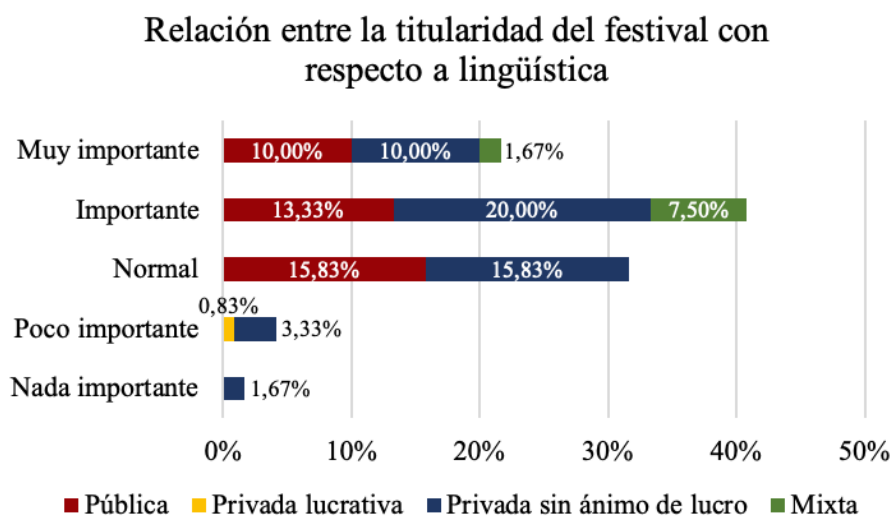


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

De igual forma, con respecto a la lingüística (figuras 101 y 102) los resultados muestran que el 21,67% de los directores valoran esta competencia como muy importante, el 40,83% como importante, el 31,67% como normal, el 4,17% como poco importante y tan solo el 1,67% la valoran como nada importante. La menor valoración corresponde a festivales privados sin ánimo de lucro, de los cuales, el 7% la calificaron como poco importante, el 31% como normal,

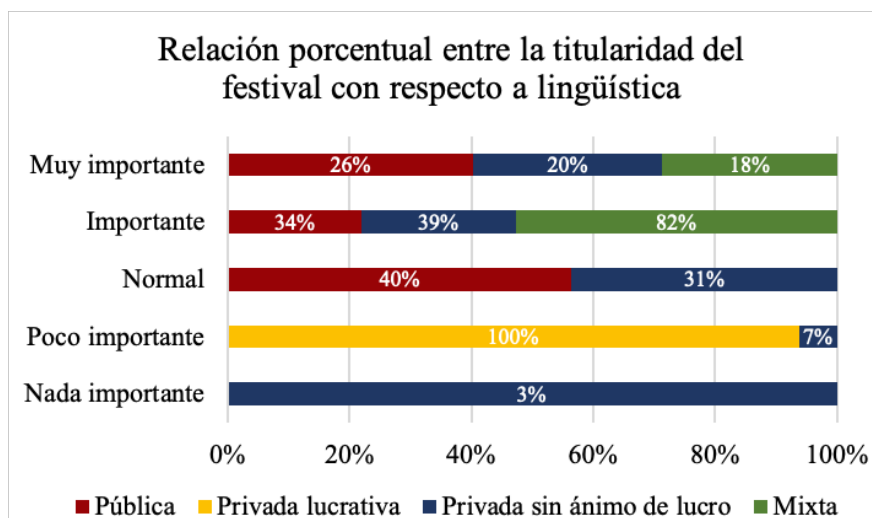
el 39% como importante y el 20% restante como muy importante. Los festivales privados lucrativos la valoraron como poco importante, de igual forma, los festivales públicos valoraron esta competencia como normal el 40%, importante el 34% y muy importante el 26%. Finalmente, los festivales con titularidad mixta valoraron esta competencia como importante el 82% de ellos, y el 18% restante la valoraron como muy importante.

Fig. 101: Relación de la titularidad del festival con respecto a lingüística.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 102: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a lingüística.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, con respecto a empatía y comunicación interpersonal (figuras 103 y 104) los resultados muestran que el 49,17% de los festivales valoran como muy importante esta competencia, el 40,83% la valoran como importante, el 8,33% como normal y finalmente el 1,67% la valoran como poco importante. Del total de festivales privados sin ánimo de lucro, el 3% de ellos la valoran como poco importante, el 7% como normal, el 51% como importante y el 39% como muy importante. Los festivales privados lucrativo valoran esta competencia como normal, de igual forma, para los festivales con titularidad pública, el 11% de ellos la valoran como normal, el 34% como importante y el 55% restante la valoran como muy importante. Finalmente, de los festivales con titularidad mixta, el 82% de ellos la valoran como muy importante, mientras que el 18% restante la valoran como importante.

Fig. 103: Relación de la titularidad del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal.

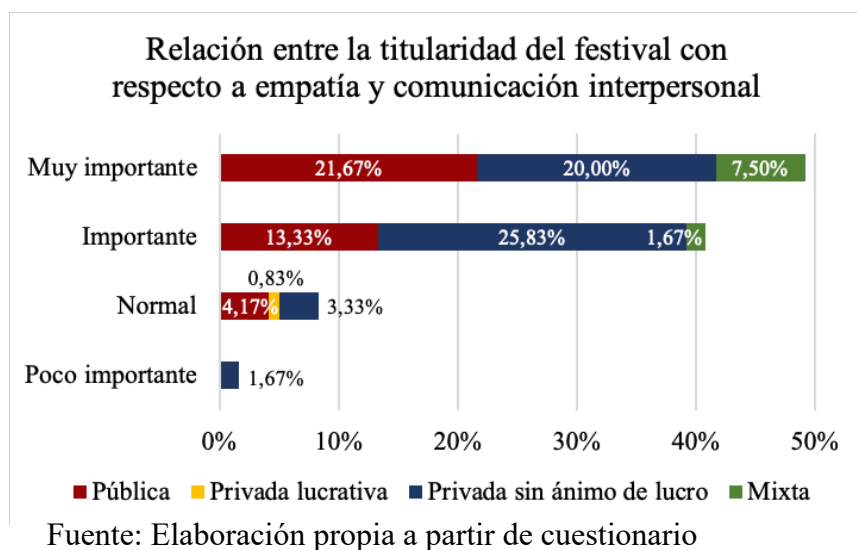
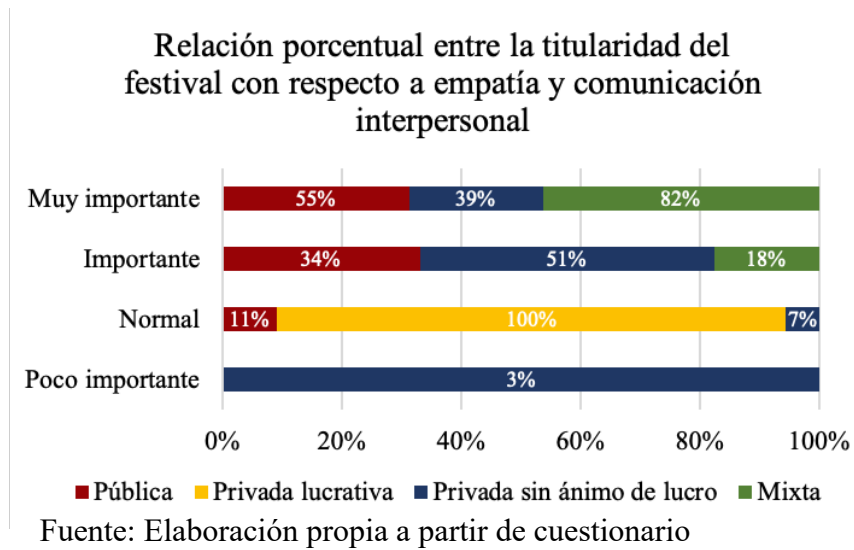


Fig. 104: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a empatía y comunicación interpersonal.



### 5.2.2.3 Valores del director del festival de folklore

Para determinar la importancia de los valores del director del festival se desarrolló una pregunta con diez variables que corresponden a cinco de gestión y cinco relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial, con valoración escala Likert de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, y 5 la calificación más alta. Después del pre-test, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis.

De esta forma, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,730) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.

Tabla 57: Valoración de los valores del gestor por parte de los directores de festivales de folklore

Valores directores	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Responsabilidad	120	2	5	4,78	0,539
Acogida y hospitalidad	120	2	5	4,78	0,591
Sentido del orden y disciplina	120	2	5	4,43	0,776
Compromiso	120	2	5	4,42	0,775
Tradición	120	1	5	4,41	0,828
Eficiencia	120	1	5	4,19	0,896
Eficacia y productividad	120	2	5	4,14	0,879
Identidad nacional	120	1	5	3,7	1,24
Belleza	120	1	5	3,59	1,075
Religiosidad y misticismo	120	1	5	2,61	1,153

Fuente: Elaboración propia

La tabla 57 muestra los resultados de las medias de las respuestas obtenidas por parte de los directores a la quinta pregunta del cuestionario, en ella los valores con mayor valoración por los directores para la gestión del festival de folklore corresponde con responsabilidad y acogida y hospitalidad con una media de 4,78 cada una, donde el 48% y 49% respectivamente de los directores las valoraron con la puntuación más alta. Por el contrario, la valoración más baja corresponde con religiosidad y misticismo con una media de 2,61 con tan solo un 3% de los directores valorándola con la mayor puntuación. Por encima de este, se encuentra el valor belleza, con una valoración de media de 3,59, que se corresponde a la puntuación más alta establecida por un 14% del total de directores. Identidad nacional le sigue con la tercera más baja puntuación con una media de 3,7 y un 20% del total de directores manifestando una valoración alta a este valor. en la parte media-alta de la tabla con una media de 4,43 se ubica el sentido del orden y la disciplina, seguido por compromiso (4,42), tradición (4,41) eficiencia (4,19) y eficacia y productividad (4,14) donde el total de directores que brindaron las



calificaciones más altas a estos valores se corresponden alrededor del 30%. Estos datos sugieren una equivalencia en las evaluaciones de las variables tanto de gestión como de patrimonio cultural inmaterial por lo que no corrobora la hipótesis HD3.

Tabla 58: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los valores del gestor por parte de los directores de festivales de folklore.

Valores directores	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Sentido del orden y disciplina	0,368		Gestión
Compromiso	0,789		
Responsabilidad	0,823		
Eficacia y productividad	0,689		
Eficiencia	0,738		
Acogida y hospitalidad		0,628	Patrimonio cultural inmaterial
Tradición		9,776	
Belleza		0,629	
Valores propios	2,868	1,699	
%Varianza explicada	35,846	21,242	
%Varianza acumulada	35,846	57,088	
KMO		0,752	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

Fuente: Elaboración propia

Posteriormente se realizó un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades y en la matriz de componentes, se han eliminado dos variables correspondientes al ámbito de patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 58, el primero de los factores que corresponde a las variables de gestión representa al 35,846% de la varianza total

de la matriz de valores del gestor, mientras que el segundo factor que corresponde con los valores relacionados con el patrimonio cultural inmaterial equivale al 21,242% de la varianza total acumulada. Estos resultados muestran las competencias más tendientes en el ámbito de la gestión, por lo que la hipótesis HD3 no sería corroborada, sin embargo, se procede a analizar más de cerca las relaciones significativas para aprobarla.

A continuación, se procede a verificar las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a los valores del gestor de festivales para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

En el caso del tiempo en el cargo de los directores, este presenta relación significativa con el sentido del orden y disciplina ( $p=0,038$ ), los resultados se observan en las figuras 105 y 106, en ellas, los datos muestran que el 57,5% de los directores valoran este valor como muy importante, el 30,83% como importante, el 8,33% como normal y el 3,33% como poco importante, de esta forma, el total de los directores con menor experiencia lo valoran como muy importante; para el caso de los directores con experiencia en el cargo entre dos y cinco años, el 32% de ellos lo valoran como muy importante, el 43% como importante y el 25% como normal, así mismo para los directores que llevan entre cinco y ocho años en el cargo, el 71% de ellos lo catalogan como muy importante, el 14% como importante y el 14% como poco importante, finalmente, para los directores más experimentados, el 59% de ellos lo valoran como muy importante, el 34% como importante, el 4% como normal y el 3% restante como poco importante.

Fig. 105: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a sentido del orden y disciplina.

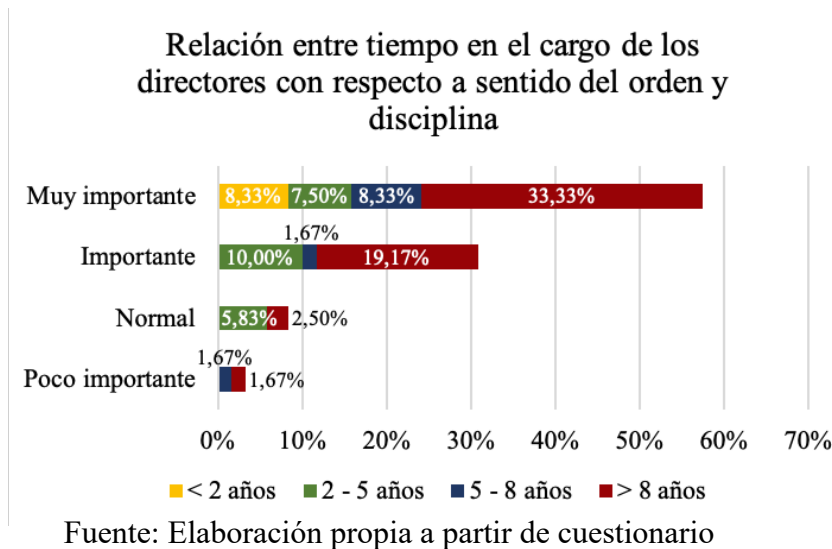
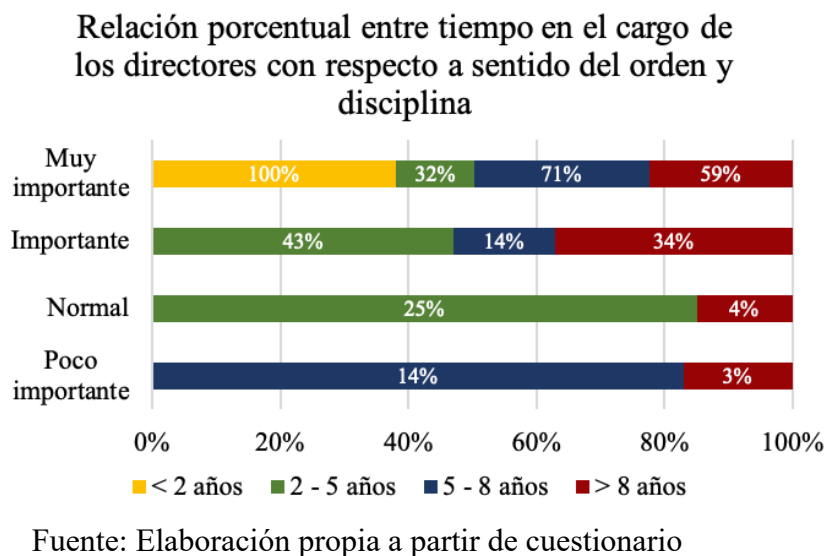


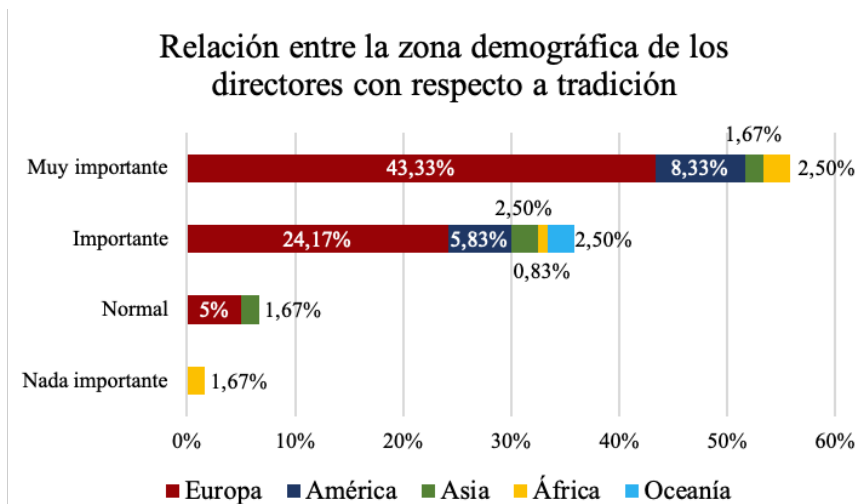
Fig. 106: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a sentido del orden y disciplina.



Con respecto a la zona geográfica de los directores, este presenta relación significativa con tradición ( $p=0,010$ ), los resultados se observan en las figuras 107 y 108, en ellas, los datos muestran que el 55,83% de los directores evalúan este valor como muy importante, el 35,83% como importante, el 6,67% como normal y el 1,67% como nada importante. De los directores africanos, el 33% consideraron nada importante este valor, el 17% lo consideraron importante

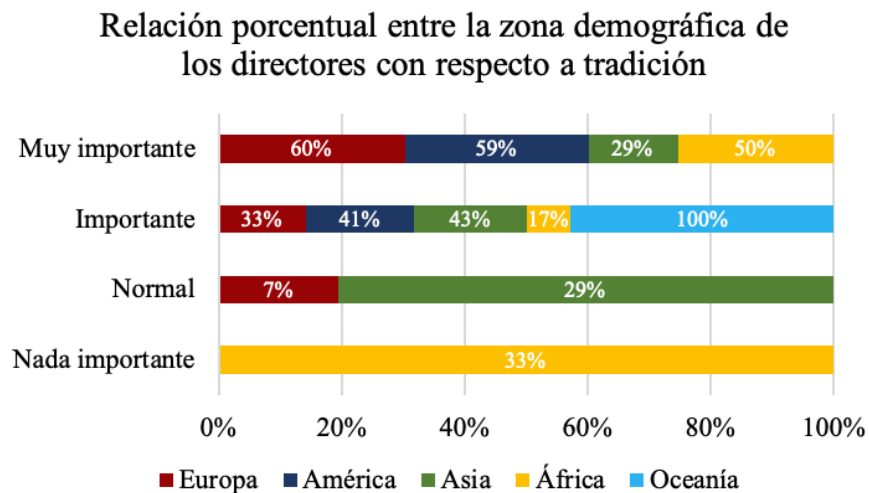
y el 50% restante como muy importante, de igual forma, para los directores de Asia, el 29% lo evalúan como muy importante, el 43% como importante, y el 29% restante como normal. El total de directores de África evaluaron este valor como importante. De los directores de América, el 59% de los directores catalogaron este valor como muy importante y el 41% restante como importante. Finalmente, para los directores europeos, su evaluación hacia este valor es muy importante para el 60% de ellos, importante para el 33% y normal para el 7% restante.

Fig. 107: Relación de la zona geográfica de los directores con respecto a tradición.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

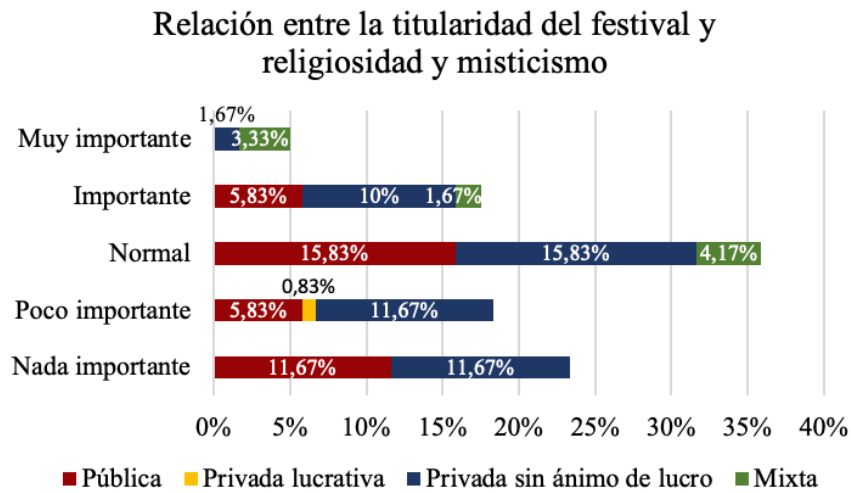
Fig. 108: Relación porcentual de la zona geográfica de los directores con respecto a tradición.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

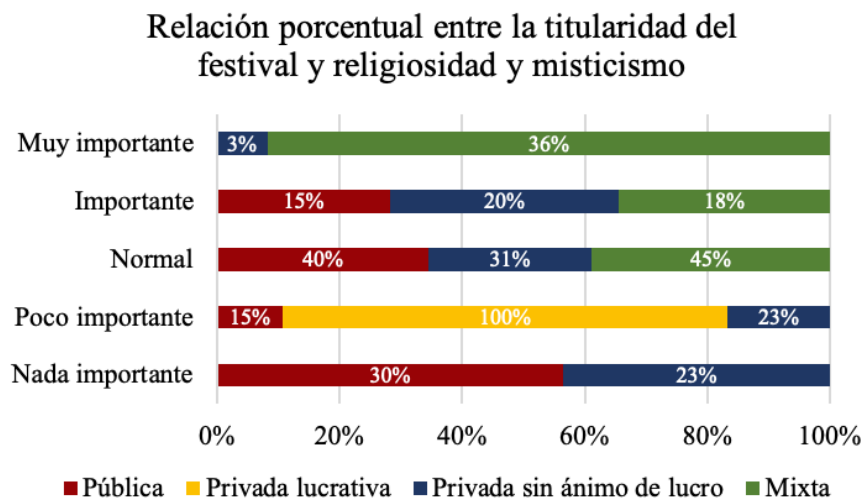
Con respecto a la titularidad del festival, este presenta relación significativa con religiosidad y misticismo ( $p=0,041$ ), los resultados se observan en las figuras 109 y 110, en ellas, los datos muestran que el 31,67% catalogan este valor como normal, el 23,33% como nada importante, el 18,33% como poco importante, el 15,83% como importante y finalmente tan solo el 1,67% lo catalogan como muy importante. Los festivales con titularidad privada lucrativa catalogaron este valor como poco importante, así mismo, los festivales públicos catalogaron este valor como importante el 15%, normal el 40%, poco importante el 15% y nada importante el 30%. De los festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro, el 23% de ellos valoran este valor como nada importante, el 23% como poco importante, el 31% como normal, el 20% como importante y en último lugar el 3% restante lo valoran como muy importante. Finalmente, para los festivales con titularidad mixta el 36% de ellos valoran como muy importante este valor, el 18% como importante y el 45% restante como normal.

Fig. 109: Relación de la titularidad del festival con respecto a religiosidad y misticismo.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 110: Relación porcentual de la titularidad del festival con respecto a religiosidad y misticismo.

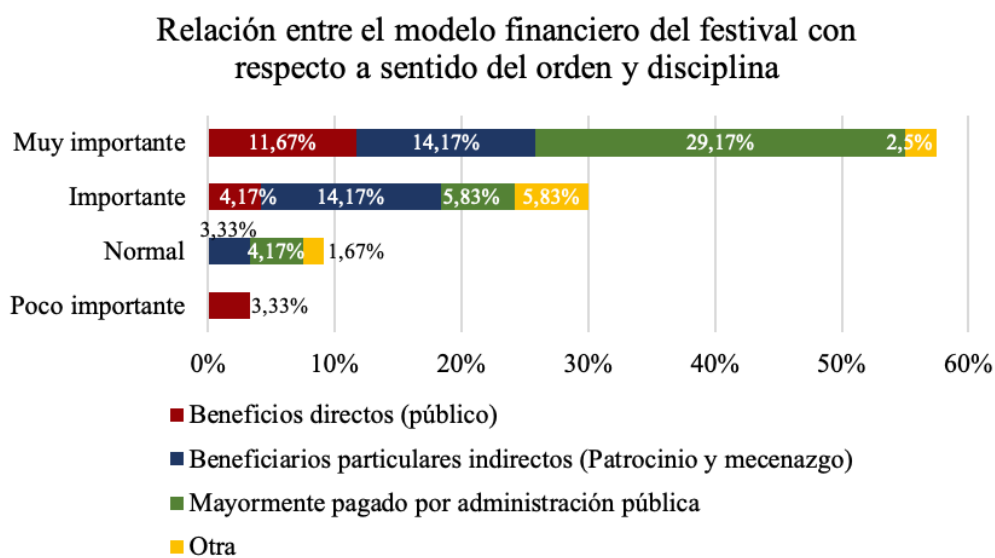


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, la última variable que muestra relaciones significativas es el modelo financiero del festival con sentido del orden y disciplina ( $p=0,028$ ) y belleza ( $p=0,018$ ). Para el primero de ellos, los resultados se observan en las figuras 111 y 112, donde los datos reflejan que el 57,5% de los festivales valoran este valor como muy importante, el 30% como importante, el 9,17% como normal y finalmente el 3,33% lo valoran como poco importante.

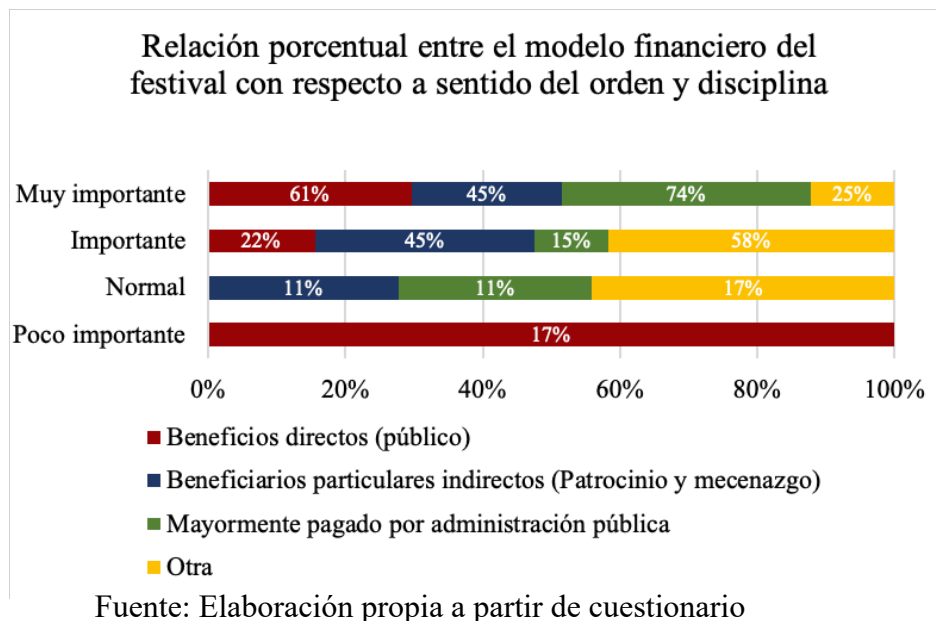
Del total de festivales con modelo financiero basado en beneficios directos, el 61% de ellos catalogan este valor como muy importante, el 22% como importante y finalmente el 17% restante como poco importante, así mismo, de los festivales basados en beneficios indirectos, el 45% de ellos lo catalogan como muy importante, el 45% como importante y el 11% como normal. Para aquellos festivales con modelos financieros mayormente pagados por la administración pública, el 74% de ellos catalogan este valor como muy importante, el 15% como importante y el 11% como normal. Finalmente, para los festivales con otro tipo de modelo financiero, el 25% de ellos lo catalogan como muy importante, el 58% como importante, y finalmente el 17% restante como normal.

Fig. 111: Relación del modelo financiero del festival con respecto a sentido del orden y disciplina.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

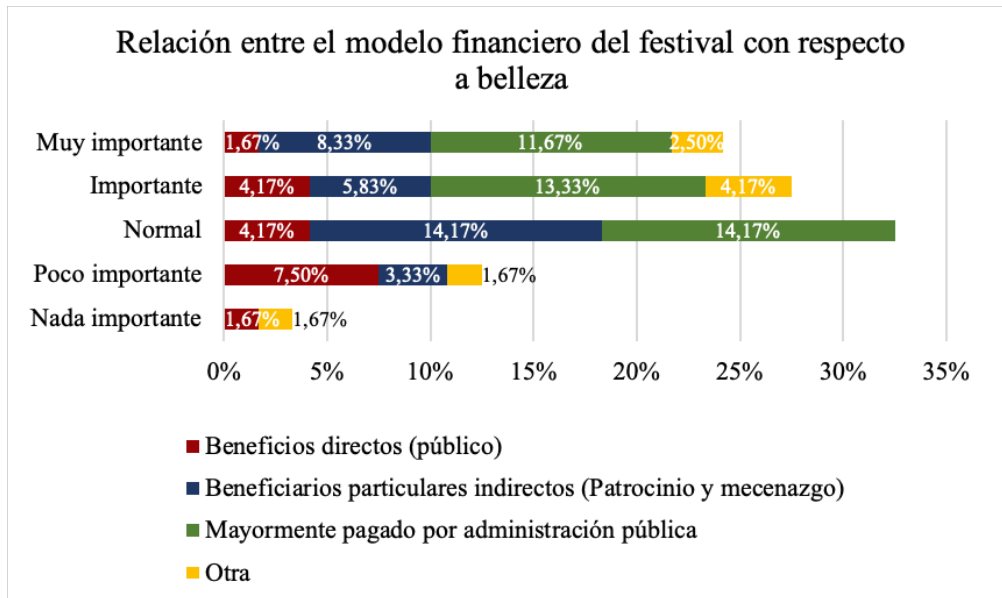
Fig. 112: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a sentido del orden y disciplina.



Con respecto a belleza, los resultados se observan en las figuras 113 y 114, en ellas, los datos muestran que el 24,17% de los festivales valoran este valor como muy importante, el 27,5% como importante, el 32,5% como normal, el 12,5% como poco importante y el 3,33% como nada importante. De los festivales basados en beneficios directos, el 9% evalúa este valor como muy importante, el 22% como importante, el 22% como normal, el 39% como poco importante y finalmente el 9% como nada importante, así mismo, para los festivales con modelos financieros basados en beneficios indirectos, el 26% cree que este valor es muy importante, el 18% importante, el 45% como normal, y por último el 11% cree que es poco importante. Para los festivales mayormente pagados por la administración pública, el 30% de ellos valora este valor como muy importante, el 34% lo valora como importante y el 36% lo valora como normal. Finalmente, para los festivales con otro tipo de modelo financiero, los festivales evalúan este valor como muy importante el 25% de ellos, el 42% cree que es importante, mientras que el 17% lo evalúa como poco importante y por último el 17% restante lo evalúa como nada importante.

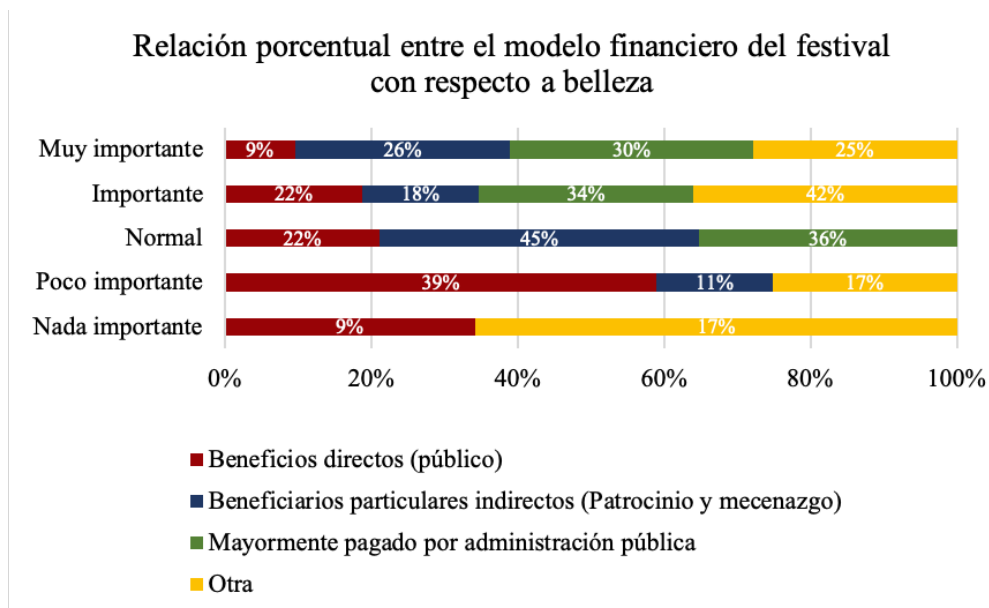


Fig. 113: Relación del modelo financiero del festival con respecto a belleza.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 114: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a belleza.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

### 5.2.3 Uso de herramientas de tecnología e internet por parte de los directores de festivales de folklore

Este bloque consistió en dos segmentos de preguntas correspondientes al uso de tecnología e internet por parte de los directores, como se especificó en la parte metodológica de esta tesis. El primer segmento de preguntas (que equivale a la sexta pregunta del cuestionario), consistió en las actividades que los directores realizan a menudo para su festival, estas actividades tienen que ver con el uso de la tecnología, redes sociales e internet y fueron divididas en tres etapas las cuales fueron definidas como etapa pre-festival, durante el festival y post-festival. La segunda parte consistió en tres preguntas directas sobre las herramientas que los directores usan para la realización de las actividades. Las hipótesis relacionadas con este bloque son HD9 y HD10.

Para constatar estas hipótesis se establecieron 10 variables específicas, de las cuales 4 fueron para la etapa pre-festival, 4 para la etapa durante el festival y 2 para la etapa post-festival; así mismo se incluyeron 3 variables que actúan durante las tres etapas. Los resultados se muestran en las figuras 115 a 120.

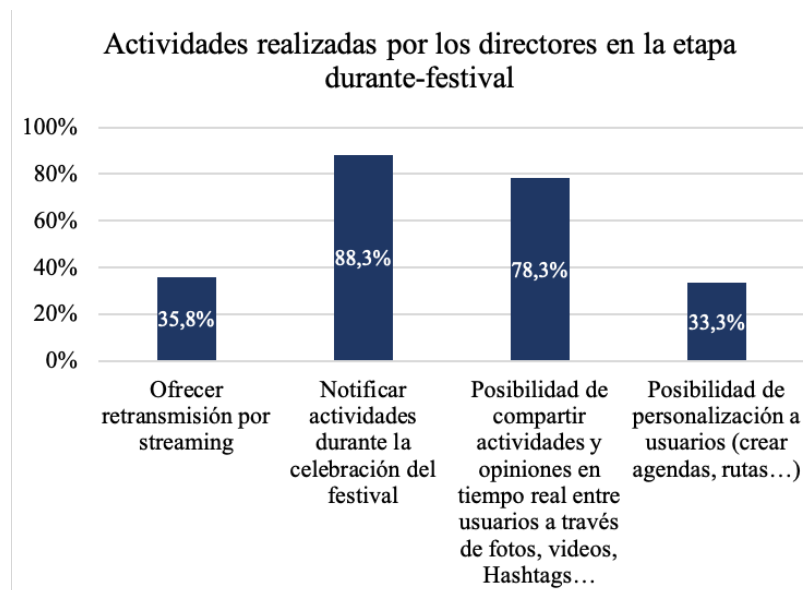
Fig. 115: Resultados de las actividades de los directores en la etapa pre-festival.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En la figura 115 se observan los resultados de las actividades dadas en la etapa pre-festival, en ellas se puede destacar el uso mayoritario de las herramientas tecnológicas e internet para las actividades de informar novedades como horarios o line up, con el 91,7% y las de fomentar y dar a conocer al público los valores culturales de los pueblos representados en el festival con un 96,67%. Por lo que es concluyente decir que los directores dan un papel importante a elementos del patrimonio cultural inmaterial. Así mismo, el 65% de los directores encuestados utiliza las herramientas tecnológicas e internet para facilitar la colaboración del público en el diseño del festival, finalmente y un poco en menor medida casi la mitad de los directores (52,5%) utiliza estas herramientas para ofrecer promociones y descuentos. Con estos datos es concluyente que los directores dan un uso activo de la tecnología para informar a los usuarios tanto elementos del festival como de significaciones culturales de los pueblos representados en el, durante la etapa del pre-festival.

Fig. 116: Resultados de las actividades de los directores en la etapa durante-festival.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En la etapa durante el festival los directores hacen uso de estas herramientas mayormente para notificar actividades durante la celebración del festival con un 88,3% y darle la posibilidad al público de compartir actividades y opiniones en tiempo real entre usuarios a través de fotos, videos, hashtags, etc. con un 78,3% tal y como se observa en la figura 116, dando de esta forma un nuevo punto de significancia a las herramientas tecnológicas e internet mayormente de uso informativo, en menor medida el 35,8% de los directores ofrece una retransmisión por *streaming* y, finalmente, el 33,3% afirman dar la posibilidad de personalización a usuarios como crear agendas, rutas, etc.

Fig. 117: Resultados de las actividades de los directores en la etapa post-festival.

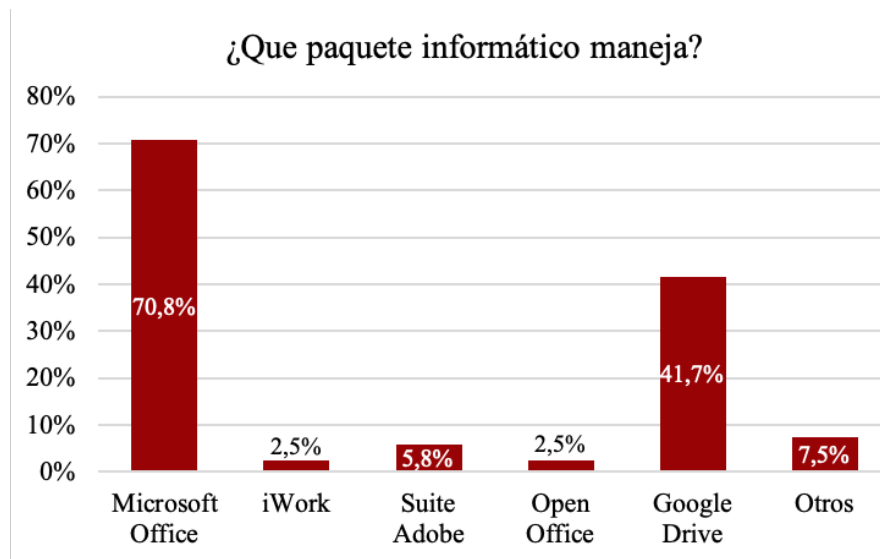


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Finalmente, en la etapa post-festival el 90% de los directores usan las herramientas tecnológicas e internet para publicar el material multimedia de lo que fue el festival de este año y/o de ediciones anteriores, mientras que el 69,2% realiza encuestas de satisfacción a través de estas herramientas.

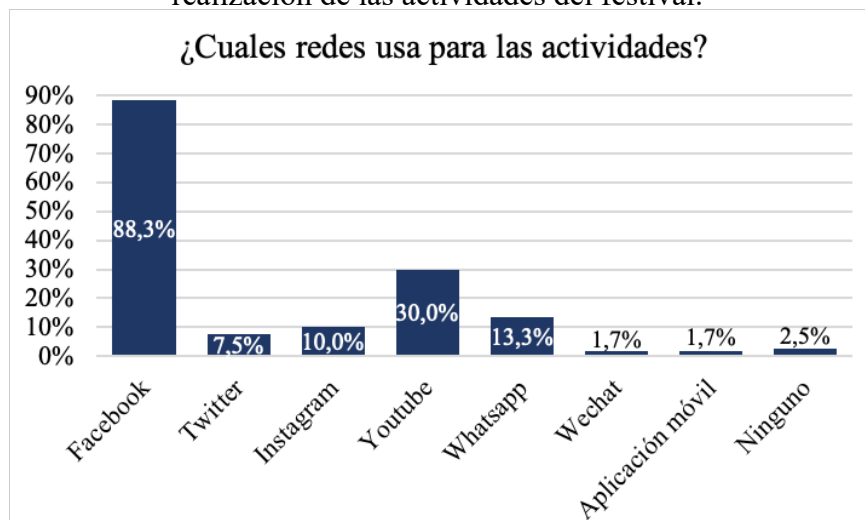
Por lo tanto, aunque el total de directores de festivales de folklore hacen un uso intensivo de las herramientas tecnológicas e internet, es claro que el mayor uso es hacia la de informar y recolectar información, en las diferentes etapas del festival, sin embargo es muy importante destacar el gran valor del festival en la comunicación de los valores culturales de los pueblos participantes en el festival, un hecho que fomenta la experiencia enriquecedora perteneciente al patrimonio cultural inmaterial y que crea un pilar en el que el festival de folklore es realmente importante para la apropiación y salvaguardia de este patrimonio.

Fig. 118: Resultados de la pregunta sobre los paquetes informáticos usados por los directores para la realización de las actividades del festival.



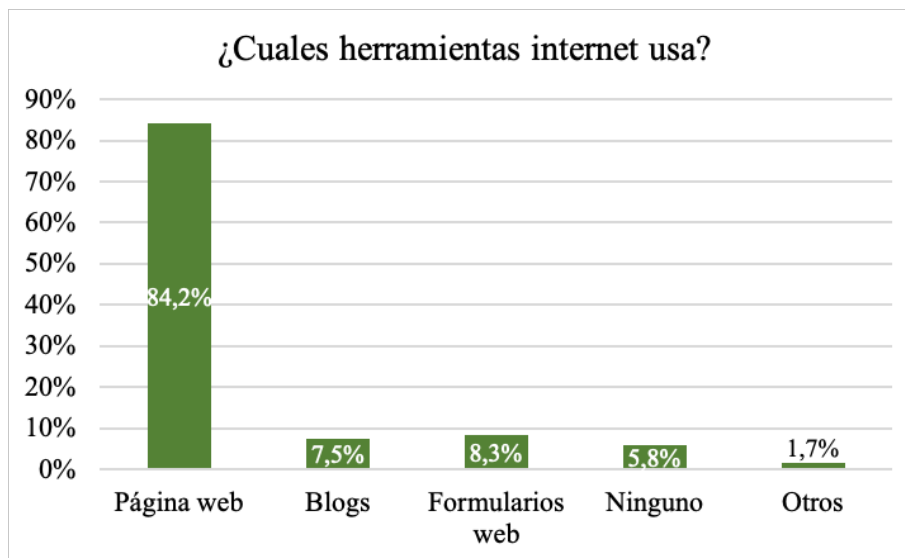
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 119: Resultados de la pregunta sobre las redes usadas por los directores para la realización de las actividades del festival.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 120: Resultados de la pregunta sobre las herramientas de internet usadas por los directores para la realización de las actividades del festival.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Las figuras 118 a 120 muestran los resultados sobre las herramientas y redes sociales usadas por los directores de festivales, de ellas se observa que las mayores herramientas usadas en paquetes informáticos son Microsoft office con un 70,8% del total de encuestados y google drive con un 41,7%, en menor medida encontramos la categoría otros (en la que se destacó el uso del programa Dropbox) con un 7,5% y la suite de Adobe con un 5,8%. De igual forma los directores de festivales hacen un uso masivo de las redes sociales, siendo Facebook la red social más usada con un 88,3%, seguido de YouTube con un 30% y WhatsApp con un 13,3% e Instagram con un 10%. Finalmente, como herramientas de internet, los directores de festivales encuentran la página web como el punto de partida de sus festivales y el 84,2% de ellos disponen de una página web, seguido por los formularios web con un 8,3% y los blogs con un 7,5%.

Por lo tanto, se puede concluir que los festivales hacen presencia en las redes sociales, siendo Facebook la red social por excelencia para la divulgación de actividades del festival y

disponen de una página web, concluyendo de esta forma la hipótesis HD9, sin embargo, después del análisis de los resultados comprobamos el desacierto de la hipótesis HD10, pues los directores de festivales si hacen un uso masivo y activo de las redes sociales e internet para la divulgación de sus festivales de folklore y de elementos relativos al patrimonio cultural inmaterial.

#### 5.2.4 Recursos viabilidad e impactos del festival de folklore

El último bloque del cuestionario se refirió a los recursos viabilidad e impactos, en el que se compuso a su vez por dos preguntas que corresponden con las hipótesis HD13 y HD14, las preguntas con respecto a los recursos se reflejaron en la octava pregunta, mientras que los impactos se mostraron en la novena pregunta. Los resultados de estas preguntas se presentan a continuación.

##### 5.2.4.1 Recursos para la gestión del festival de folklore

Para determinar los recursos que consideran importantes los directores de festivales de folklore se diseñó una escala de clasificación Likert de 1 a 5, que corresponden a cinco variables del ámbito de gestión y cinco relacionadas con el patrimonio cultural inmaterial. Después del pre-test, se verifica la idoneidad de la pregunta y se determina continuar con el análisis.

En este sentido, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,743) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.



Tabla 59: Valoración de los recursos del festival por los directores de festivales de folklore

Recursos	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Presupuesto y financiación suficiente	120	4	5	4,88	0,323
Posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG...en referencia al PCI	120	3	5	4,77	0,489
Dar a conocer el PCI local de la región donde se realiza el festival	120	4	5	4,54	0,502
Número de trabajadores suficiente y competente para la actividad	120	4	5	4,2	0,405
Espacios adecuados	120	3	5	4,12	0,365
Diversidad de músicas y bailes	120	3	4	3,28	0,45
Arte autóctono y único	120	3	4	3,14	0,355
Opción de formalizar workshops, seminarios...de PCI con presencia de expertos durante el festival	120	2	4	2,36	0,727
Infraestructura y equipamientos apropiados	120	2	4	2,28	0,482
Ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	120	1	4	1,48	0,74

Fuente: Elaboración propia

La tabla 59, muestra los resultados de los recursos del festival dirigido por las personas encuestadas, en ella se observa a presupuesto y financiación suficiente como el recurso más valorado con una media de 4,88, el 51% de los directores valoraron este recurso con la calificación más alta. Le siguen con 4,77 de media, el recurso de Posibilidad de contar con

ayudas externas de instituciones, ONGs en referencia al patrimonio cultural inmaterial (46% de los directores le dieron la calificación más alta) y dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival con una media de 4,54 (58% de directores lo valoraron positivamente). Opuesto a estos, en la parte más baja de las valoraciones se encuentran opción de formalizar workshops, seminario de patrimonio cultural inmaterial con presencia de expertos durante el festival con una media de 2,36 (con solo 8% de valoraciones positivas), seguido por infraestructura y equipamientos apropiados con una media de 2,28 (con solo 1% de valoraciones positivas) y por último, ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados con una media de 1,48 (con solo 1% de valoraciones positivas). Así mismo, en la parte media alta, se encuentran número de trabajadores suficiente y competente para la actividad con una media de 4,2 (12% de los directores lo valoraron con la calificación más alta) y espacios adecuados con una media de 4,12 (8% de los directores lo valoraron con la calificación más alta). Finalmente, en la parte media baja de la tabla de valoraciones se encuentran diversidad de músicas y bailes con una media de 3,28 (16% de valoraciones positivas) y arte autóctono y único con una media de 3,14 (8% de valoraciones positivas).

Posteriormente se ha realizado un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen, de comunalidades y matriz de componentes rotados, se han eliminado una variable correspondiente al ámbito de gestión y dos variables del patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 60, el primero de los factores que corresponde a las variables de gestión corresponde al 34,821% de la varianza total de la matriz de recursos, mientras que

el segundo factor que corresponde con las variables del patrimonio cultural inmaterial equivale al 20,47% de la varianza total acumulada.

Tabla 60: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los recursos del festival de folklore.

Valores directores	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Espacios adecuados	0,153		Gestión
Infraestructura y equipamientos apropiados	0,654		
Ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	0,766		
Número de trabajadores suficiente y competente para la actividad	0,521		
Posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG...en referencia al PCI		0,787	Patrimonio cultural inmaterial
Dar a conocer el PCI local de la región donde se realiza el festival		0,634	
Opción de formalizar workshops, seminarios...de PCI con presencia de expertos durante el festival		0,852	
Valores propios	2,438	1,433	
%Varianza explicada	34,821	20,47	
%Varianza acumulada	34,821	55,292	
KMO		0,688	
Prueba del test de esfericidad de Barlett		sig=0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Rotación: Varimax con normalización de Kaiser			

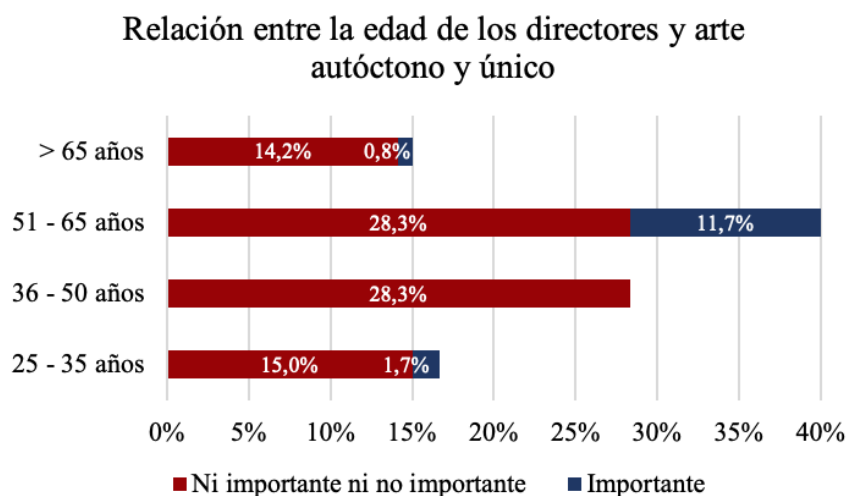
Fuente: Elaboración propia

Estos resultados muestran los recursos mas valorados por los diferentes directores, por lo que en primera medida corrobora la hipótesis HD13, con una categorización de los recursos más tendientes hacia la gestión.

De igual forma, se procede con las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a los recursos del festival, para analizar en profundidad las diferentes hipótesis planteadas.

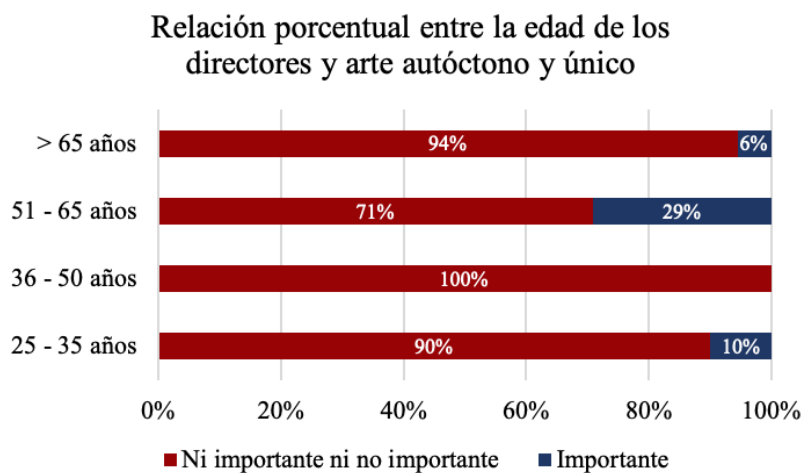
Respecto a la edad de los directores, esta variable muestra relación significativa con arte autóctono y único ( $p=0,031$ ), los resultados se reflejan en las figuras 121 y 122, en ella, los datos muestran que el 85,8% valoran este recurso como ni importante ni no importante, mientras que el 14,2% lo valora como importante. Del colectivo de mayor edad, el 94% lo cataloga como ni importante ni no importante, mientras que el 6% lo cataloga como importante, algo similar ocurre con el colectivo de los directores más jóvenes, el 90% de ellos lo cataloga como ni importante ni no importante y el 10% restante como importante. El total de directores de 36 a 50 años lo cataloga como ni importante ni no importante y, finalmente, el 71% del colectivo de 51 a 65 años lo cataloga como ni importante ni no importante y el 29% restante lo valora como importante.

Fig. 121: Relación de la edad de los directores con respecto a arte autóctono y único.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

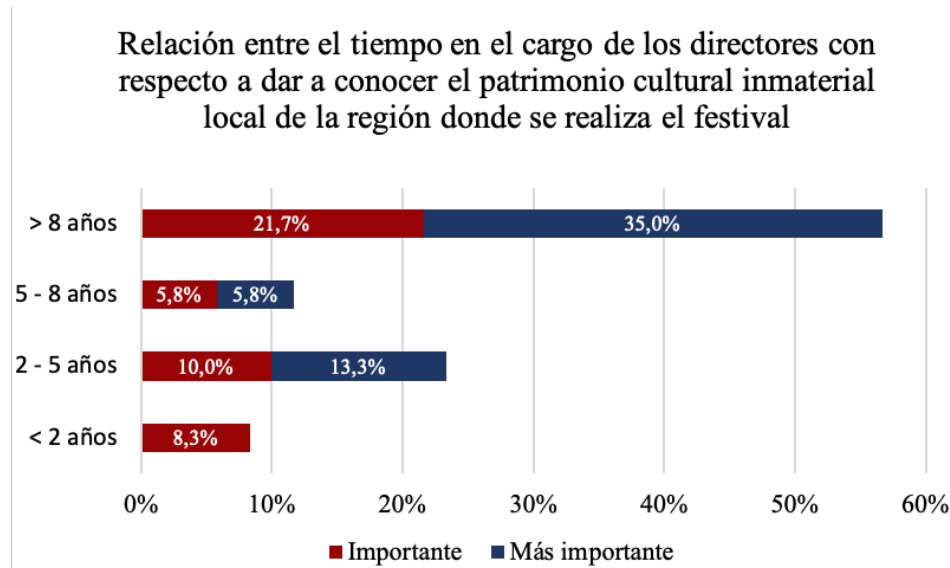
Fig. 122: Relación porcentual de la edad de los directores con respecto a arte autóctono y único.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

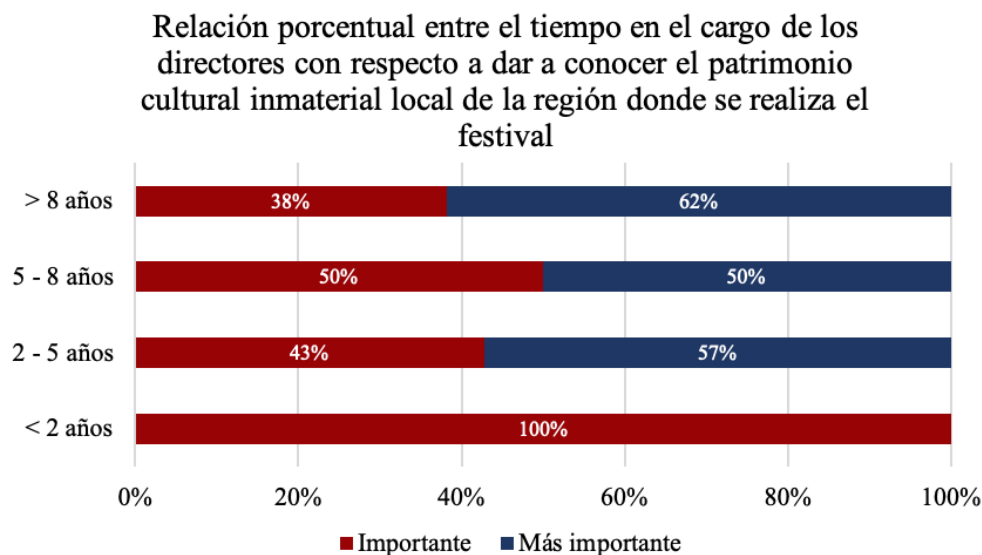
Con relación al tiempo en el cargo de los directores, esta variable muestra relación significativa con dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival ( $p=0,046$ ), los resultados se muestran en las figuras 123 y 124, en ella, los datos muestran que el 54,2% de los directores valoran este recurso como el más importante, mientras que el 45,8% lo valora como importante. El colectivo de menor experiencia lo valora como importante, así mismo, del colectivo con experiencia en el cargo de dos a cinco años, el 43% de ellos lo valora como importante, mientras que el 57% restante lo cataloga como más importante. En el colectivo con experiencia de cinco a ocho años, la mitad de ellos valora el recurso como importante y la otra mitad como más importante, finalmente, para el colectivo de mayor experiencia, el 38% de ellos lo valora como importante, mientras que el 62% restante lo valora como más importante.

Fig. 123: Relación del tiempo en el cargo de los directores con respecto a dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 124: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores con respecto a dar a conocer el patrimonio cultural inmaterial local de la región donde se realiza el festival.

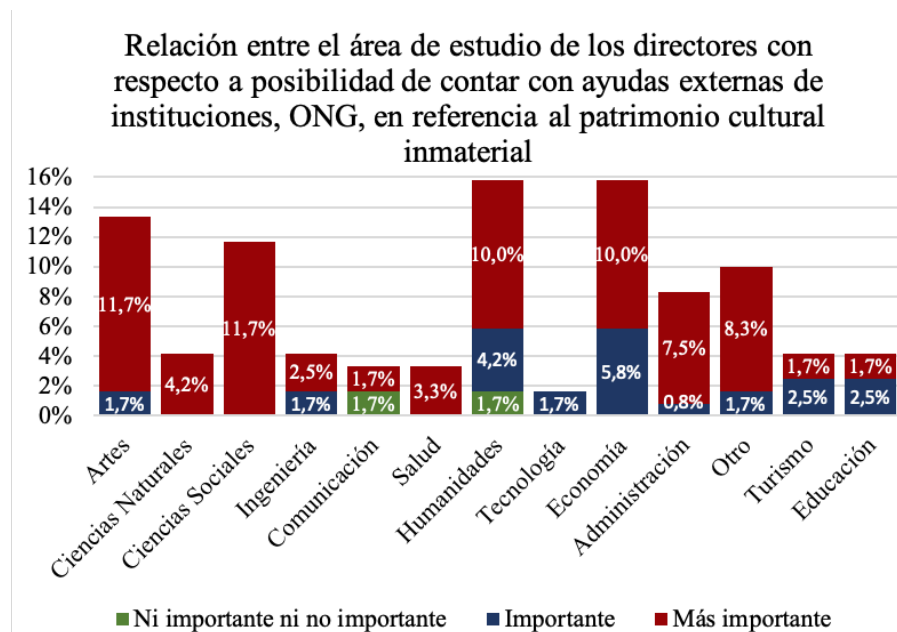


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

De igual forma, el área de estudio de los directores presenta relación significativa con posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG, en referencia al patrimonio cultural inmaterial ( $p=0,043$ ), los resultados se muestran en las figuras 125 y 126, en ella, los

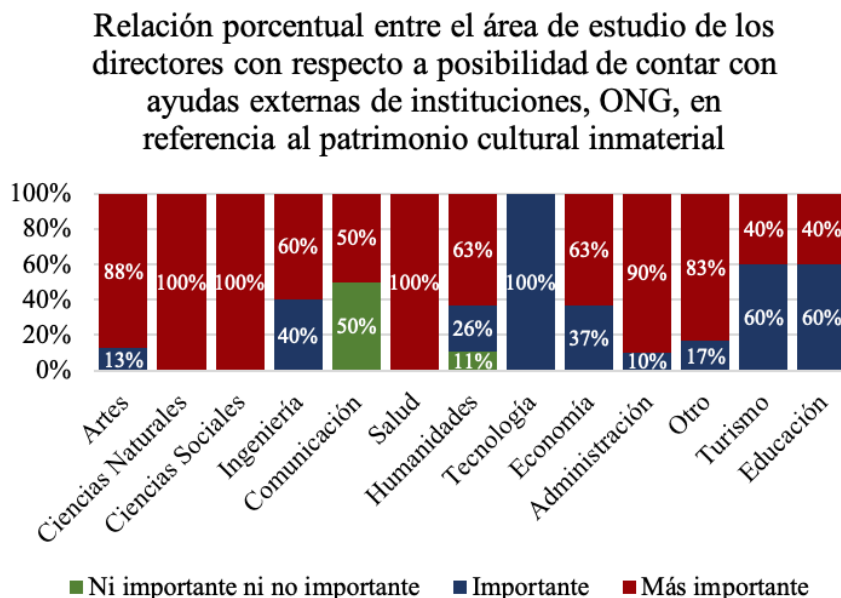
datos muestran que el 74,2% valoran este recurso como más importante, el 22,5% como importante y el 3,3% como normal. De estas valoraciones, es preciso indicar que el total de los directores con estudios en áreas de ciencias sociales, ciencias naturales, y salud valoraron este recurso como el más importante, así mismo, con distribuciones muy similares, los directores con estudios en artes (88%), administración (90%) y otros (83%), valoran como más importante este recurso. Los directores con estudios en ingeniería y economía presentan también un comportamiento similar, de alrededor de 60%/40% entre más importante e importante. Solo los directores con estudios en comunicación presentan una división igualitaria entre más importante y ni importante ni no importante. El total de directores con estudios en tecnología lo consideran importante. Los directores con estudios en el área de humanidades presentan una distribución del 63% como más importante, 26% como importante y el 11% como ni importante ni no importante. Finalmente, los directores con estudios en turismo y educación presentan una relación similar de 40%/60% entre más importante e importante.

Fig. 125: Relación del área de estudios de los directores con respecto a posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG, en referencia al patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 126: Relación porcentual del área de estudios de los directores con respecto a posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG, en referencia al patrimonio cultural inmaterial.

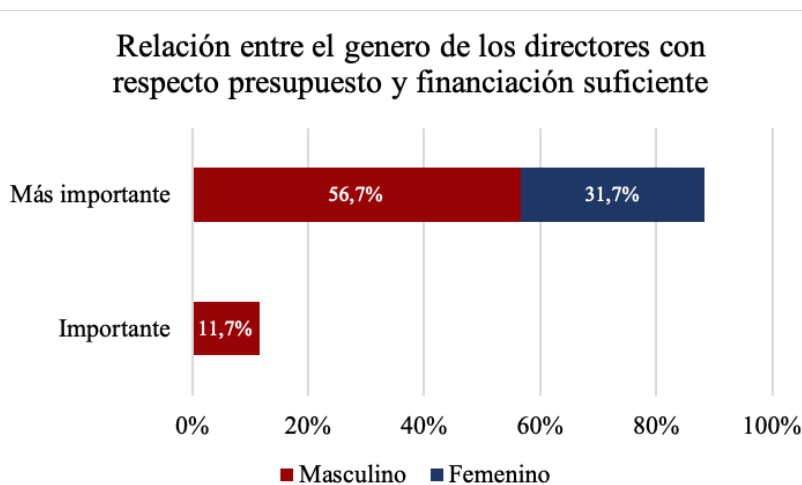


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario



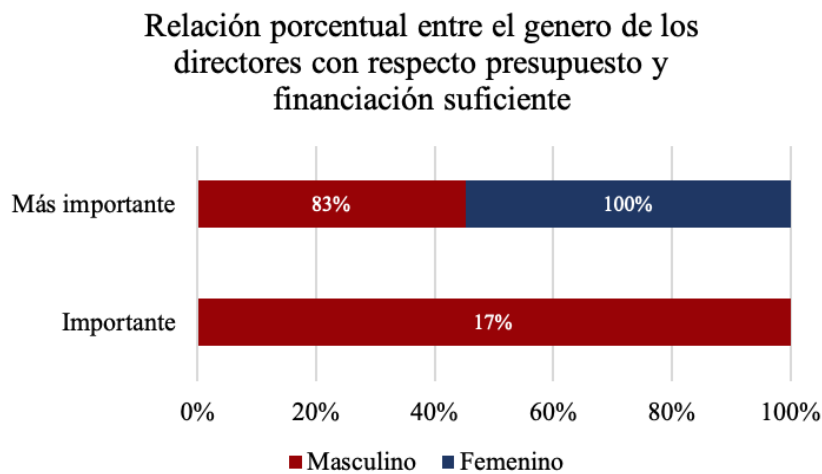
Con respecto al género de los directores, esta presenta relación significativa con presupuesto y financiación suficiente ( $p=0,04$ ), los resultados se muestran en las figuras 127 y 128, en donde se observa que el 88,3% de los directores valoran este recurso como más importante, mientras que el 11,7% restante lo valoran como importante. Del total de evaluaciones de importante corresponde con el 17% de directores hombres, mientras que el otro 83% lo valoran como más importante, así mismo, el total de directores mujeres valoraron este recurso como más importante.

Fig. 127: Relación del género de los directores con respecto a presupuesto y financiación suficiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 128: Relación porcentual del género de los directores con respecto a presupuesto y financiación suficiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Así mismo, con relación a la zona demográfica de los directores, esta presenta relación significativa con espacios adecuados ( $p=0,001$ ), los resultados se muestran en las figuras 129 y 130, en donde se observa que el 87,5% valoraron este recurso como importante, el 10,8% como más importante y el 1,7% como ni importante ni no importante. De estas evaluaciones, el total de directores de Oceanía, evaluaron este recurso como importante, mientras que, en Europa, fue evaluado como importante por el 92% de ellos y el 8% lo evaluaron como más importante, de igual forma, de los directores de América, el 88% lo calificaron como importante, mientras que el 12% restante lo calificaron como más importante. Los directores asiáticos lo calificaron como importante el 43% y el 57% restante como más importante. Finalmente, los directores africanos, el 33% de ellos lo valoraron como ni importante ni no importante, mientras que el otro 67% lo valoraron como importante.

Fig. 129: Relación de la zona demográfica de los directores con respecto a espacios adecuados.

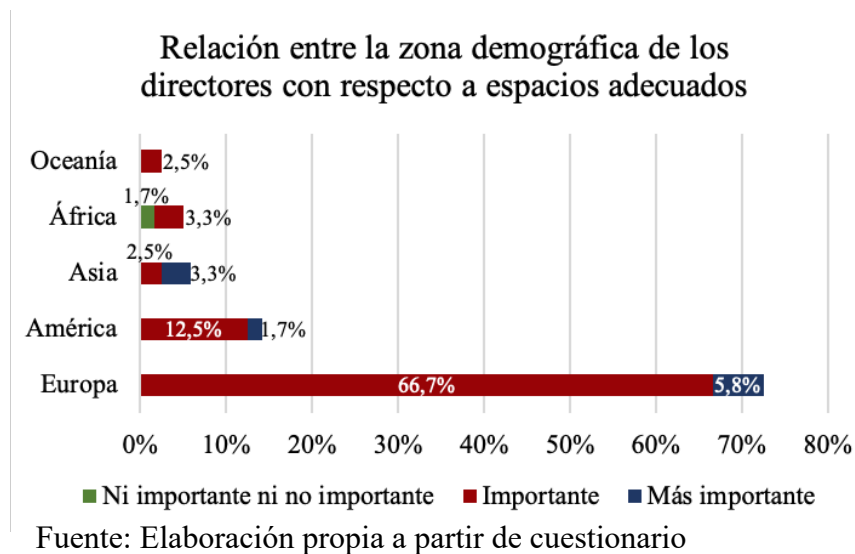
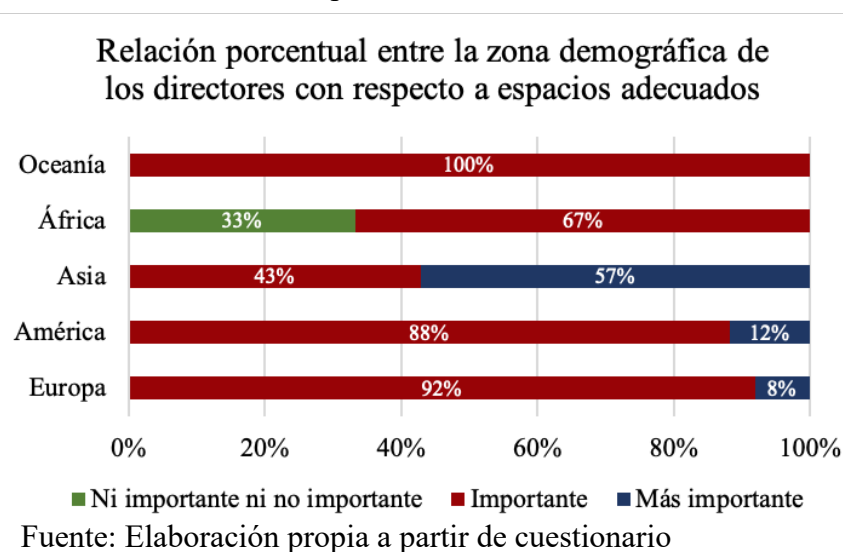


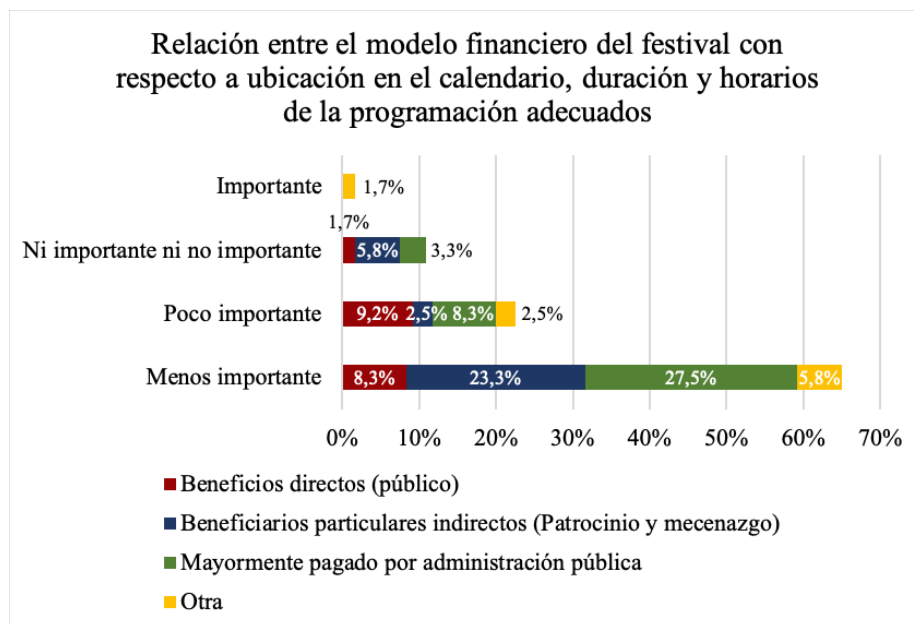
Fig. 130: Relación porcentual de la zona demográfica de los directores con respecto a espacios adecuados.



De igual forma, con relación al modelo del festival, este presenta relación significativa con ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados ( $p=0,045$ ), los resultados se muestran en las figuras 131 y 132, en donde se observa que el 65% de los festivales valoran este recurso como menos importante, el 22,5% lo valora como poco importante, el 10,8% como ni importante ni no importante, mientras que el 1,7% lo valora

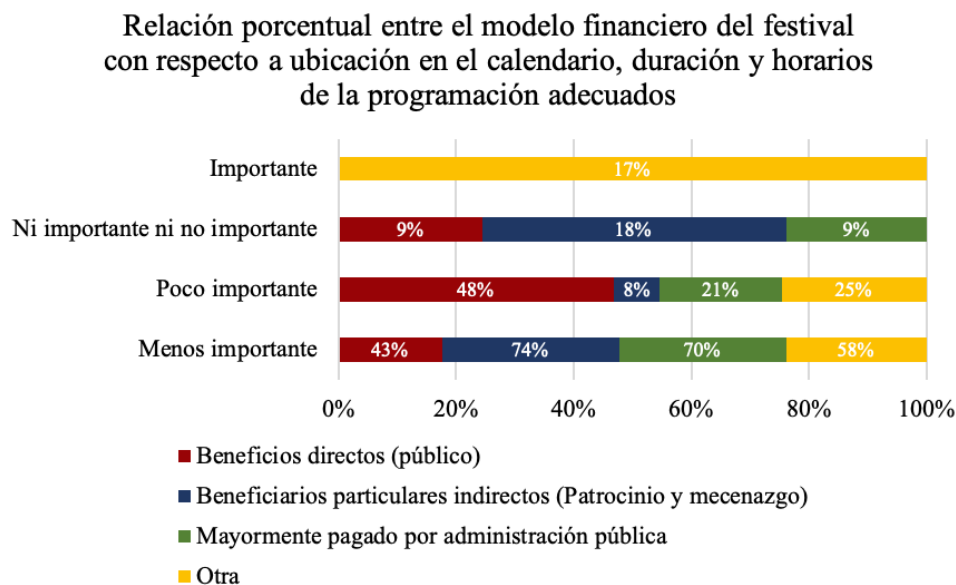
como importante. Del total de festivales basados en beneficios directos, el 9% lo considera como ni importante ni no importante, el 48% lo evalúa como poco importante, mientras que el 43% restante lo cataloga como menos importante. Para los festivales basados en beneficios indirectos, el 18% lo cataloga como ni importante ni no importante, el 8% como poco importante, mientras que el 74% restante lo cataloga como menos importante. De igual forma, para los festivales donde es pagado mayormente por la administración pública, el 9% no lo considera ni importante ni no importante, el 21% lo considera como poco importante, mientras que el 70% lo considera como menos importante. Finalmente, de aquellos festivales basados en otro tipo de modelo financiero, el 17% lo considera como importante, el 25% como poco importante y el 58% restante lo considera como menos importante.

Fig. 131: Relación del modelo financiero del festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

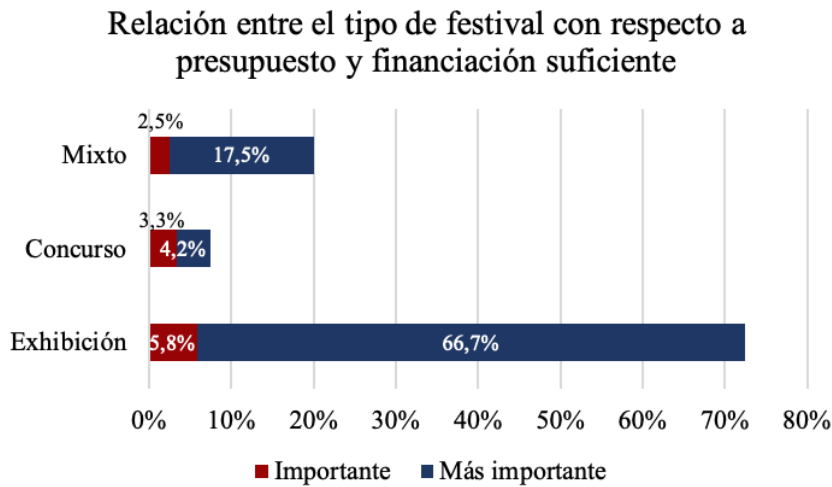
Fig. 132: Relación porcentual del modelo financiero del festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

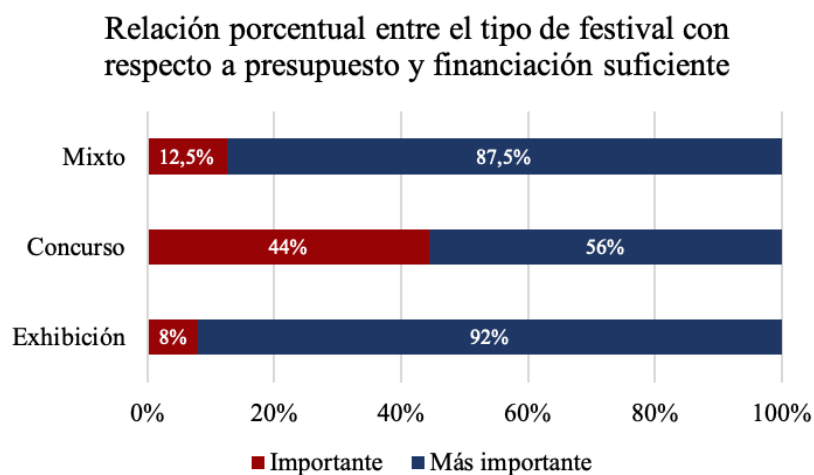
Finalmente, el tipo de festival presenta relación significativa con presupuesto y financiación suficiente ( $p=0,006$ ) y con ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados ( $p=0,015$ ), de esta forma, para el primero de ellos, los resultados se reflejan en las figuras 133 y 134, en donde los datos muestran que el 88,3% de los directores catalogan este recurso como más importante, mientras que el 11,7% lo cataloga como importante. De esta forma, del total de festivales tipo exhibición, el 8% lo valora como importante, mientras que el 92% restante lo valora como más importante, así mismo, los festivales tipo concurso catalogan como importante este recurso el 44% de ellos, mientras que el otro 56% lo cataloga como más importante. Finalmente, para los festivales mixtos, el 12,5% lo evalúa como importante, mientras que el otro 87,5% lo cataloga como más importante.

Fig. 133: Relación del tipo de festival con respecto a presupuesto y financiación suficiente.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 134: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a presupuesto y financiación suficiente.

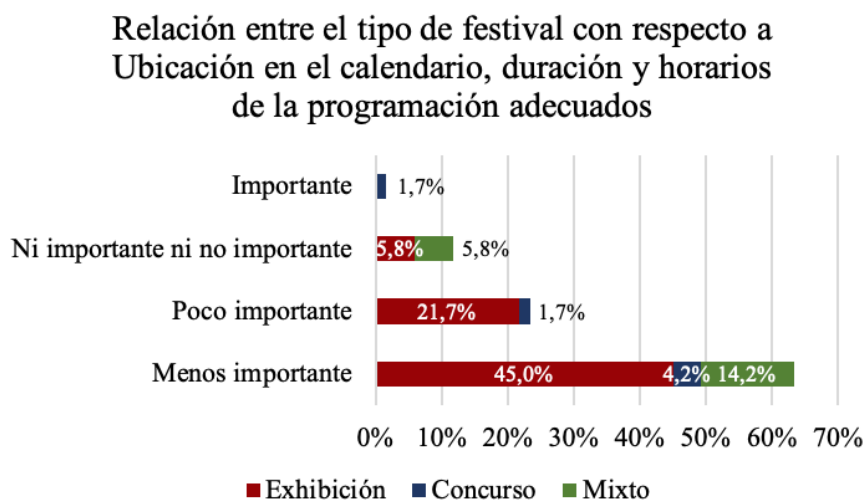


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

De igual forma, con relación a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados (figuras 135 y 136), los resultados muestran que el 63,3% de los directores consideraron este recurso como menos importante, el 23,3% lo consideraron como poco importante, el 11,7% como ni importante, ni no importante y el 1,7% restante lo consideraron como importante. De estas valoraciones, de los festivales tipo concurso, el 8% lo

consideran ni importante ni no importante, el 30% lo considera poco importante y finalmente el 62% lo considera menos importante. Para los festivales tipo concurso, el 22% de estos lo consideran importante, de igual forma el 22% lo considera poco importante, mientras que el 56% restante lo considera como menos importante. Para los festivales mixtos, el 29% de ellos lo evalúan como ni importante ni no importante, mientras que el 71% restante lo consideran como menos importante.

Fig. 135: Relación de tipo de festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 136: Relación porcentual del tipo de festival con respecto a ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados.



#### 5.2.4.2 Impactos del festival de folklore

De igual forma para los impactos considerado por los directores que genera el festival el cual dirigen, se diseñó diez preguntas en una escala Likert en relación con su grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a la pregunta siendo 1- totalmente en desacuerdo y 5- totalmente de acuerdo.

En este sentido, para la escala de Likert aplicada a esta pregunta, el alfa de cronbach equivale a (0,746) lo que indica una consistencia interna fiable entre los elementos de la escala.



Tabla 61: Valoración de los impactos esperados por los directores de festivales de folklore

Impactos	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Dialogo intercultural	120	2	5	4,62	0,597
Calidad artística	120	2	5	4,48	0,655
Difusión del PCI	120	3	5	4,45	0,654
Participación	120	2	5	4,38	0,688
Turismo cultural	120	2	5	4,28	0,802
Viabilidad económica	120	1	5	3,94	0,968
Cohesión social	120	2	5	3,9	0,91
Sostenibilidad medioambiental	120	1	5	3,48	1,023
Creación de empleo	120	1	5	2,99	1,194
Interés político	120	1	5	2,25	1,168

Fuente: Elaboración propia

La tabla 61, muestra los resultados de los impactos que generan los festivales de folklore que dirigen las personas encuestadas, en ella se observa el dialogo intercultural como el impacto más valorado con un 4,62 de media, el 38% del total de directores puntuaron a este impacto con la calificación más alta, y el 18% con una calificación de 4, de igual forma y muy de cerca le siguen en media calidad artística (4,48), difusión del patrimonio cultural inmaterial (4,45), participación (4,38) y turismo cultural con (4,28), con una correspondencia en la puntuación más alta del 32%, 31%, 28% y 27% del total de directores respectivamente. De igual forma los impactos menos valorados corresponden al interés político y a la creación de empleo por parte del festival con una media de 2,25 y 2,99 respectivamente, que corresponden a solo un 1% y 7% del total de directores que calificaron este impacto con la puntuación más alta. El resto de los impactos se ubican en la parte media y corresponden a una media menor a 4, estos impactos son la viabilidad económica (3,94) con una representación del 18% de directores que valoraron a este impacto con la puntuación más alta; seguido por cohesión social

(3,9) y sostenibilidad medioambiental (3,48) que corresponden al 18% y 10% respectivamente de los directores con le dieron la calificación más alta. Con esta información podríamos decir que los directores valoran más los impactos tendientes hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial, cumpliendo parcialmente en primera instancia la hipótesis HD14.

Posteriormente se ha realizado un análisis factorial para determinar el grado de correlación de las variables encuadradas en los ámbitos de gestión y del patrimonio cultural inmaterial. En este análisis, a partir de los valores encontrados en la matriz anti-imagen y de comunalidades, se han eliminado dos variables correspondientes al ámbito de gestión y una variable del patrimonio cultural inmaterial. Los resultados se muestran en la tabla 62, el primero de los factores que corresponde a las variables de gestión corresponde al 38,447% de la varianza total de la matriz de impactos, mientras que el segundo factor que corresponde con las variables del patrimonio cultural inmaterial equivale al 21,882% de la varianza total acumulada.

Tabla 62: Matriz factorial de componentes rotados relacionados con los impactos del festival de folklore.

Impactos	Componentes		Dimensiones
	1	2	
Viabilidad económica	0,796		Gestión
Creación de empleo	0,791		
Sostenibilidad medioambiental	0,681		
Participación		0,679	Patrimonio cultural inmaterial
Turismo cultural		0,525	
Difusión del patrimonio cultural inmaterial		0,772	
Dialogo intercultural		0,807	
Valores propios	2,115	2,108	
%Varianza explicada	30,221	30,108	
%Varianza acumulada	30,221	60,33	
KMO		0,74	
Prueba de test de esfericidad de Barlett		Sig = 0,000	
Método de extracción: Análisis de componentes principales; Método de rotación: Varimax con normalización de Keiser			

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados muestran los impactos más valorados por los diferentes directores, por lo que corrobora la hipótesis HD14, con una categorización de los impactos más tendientes hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial.

De igual forma, se procede con las relaciones significativas entre las variables claves de identificación personales y del festival que dirigen con respecto a los impactos esperados, para analizar las diferentes hipótesis planteadas.

Respecto al tiempo en el cargo, los datos demuestran una relación significativa con el interés político ( $p=0,041$ ) correspondiente a uno de los impactos de gestión y una asociación media entre las variables ( $r=0,489$ ), esta relación se observa en las figuras 137 y 138. En esta relación se identifica que el impacto de interés político es ampliamente tenido en cuenta solo

por aquellos directores que llevan menos de dos años en el cargo, es decir solo el 1,67% del total de directores, equivalente a su vez al 18% de directores con experiencia menor a dos años en el cargo. Esta relación también indica que el 56,66% de los directores no tienen en cuenta este impacto, valorándolo con las notaciones más bajas, a diferencia del 17,5% que lo valoran con una calificación positiva, así mismo el colectivo más experimentado muestra un comportamiento un tanto volátil pues su valoración a este impacto está prácticamente equilibrado en el total de directores con experiencia mayor a ocho años su valoración corresponde a un 28% que dice estar totalmente en desacuerdo, seguido por el 50% dividido en igual proporción entre las valoraciones de desacuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente el 21% dice estar de acuerdo con que este es uno de los impactos que genera su festival. En el colectivo intermedio se observa un comportamiento similar, ya que el 64% de los directores con experiencia entre cinco y ocho años se muestran totalmente en desacuerdo, mientras que el 68% (repartidos un 18% en desacuerdo y un 50% en total desacuerdo) del colectivo de dos a cinco años muestra también una respuesta negativa a este impacto.

Fig. 137: Relación del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto al impacto del interés político.

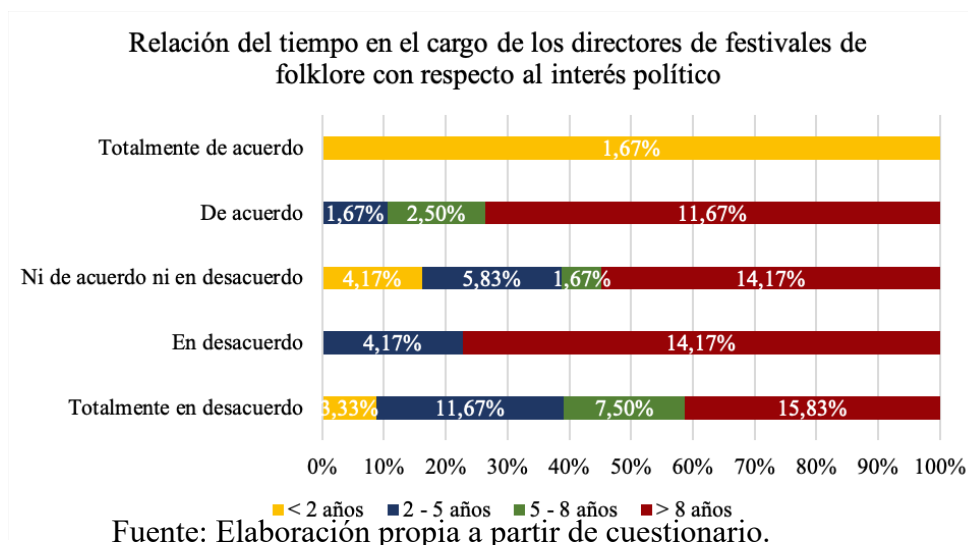
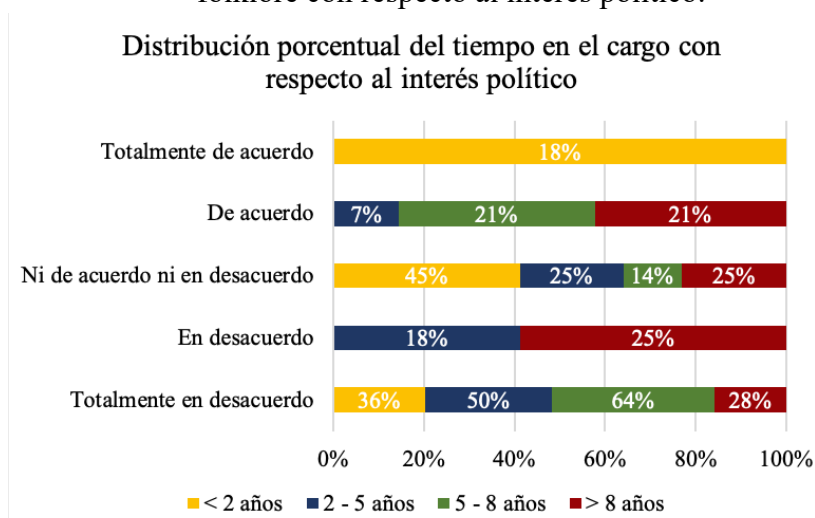


Fig. 138: Relación porcentual del tiempo en el cargo de los directores de festivales de folklore con respecto al interés político.

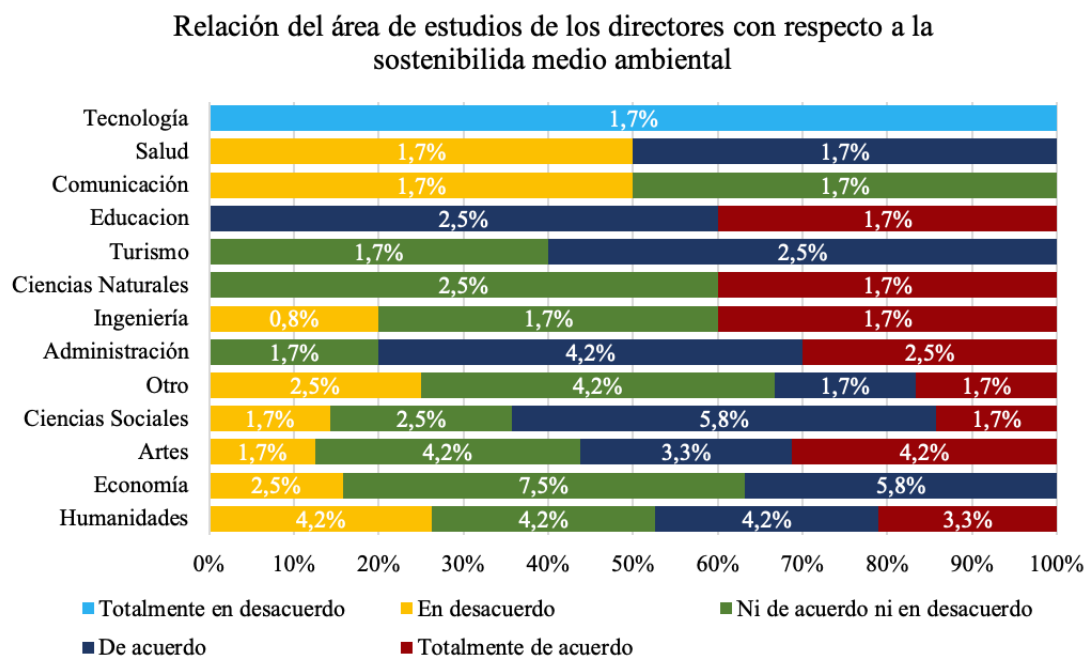


En relación con el área de estudios, también existe una relación significativa ( $p=0,000$ ) y una asociación alta ( $r=0,751$ ) con respecto a la sostenibilidad medioambiental, nuevamente un impacto relacionado con las variables de gestión, esta relación se observa en las figuras 139 y 140. En términos generales las valoraciones a este impacto se enmarcan en una zona media, entre ni de acuerdo ni en desacuerdo, con el 31,7% del total de directores y con la misma proporción los directores mostraron estar de acuerdo con este impacto, del total de directores, el 1,7% que equivale al área de tecnología se mostraron en total desacuerdo, de igual forma, el 18,3% dijeron estar totalmente de acuerdo, seguido de cerca con el 16,7% que dijeron estar en desacuerdo.

Con respecto a las áreas específicas, es notorio una distribución similar en las valoraciones dentro del área de humanidades cercanas a un cuarto del total distribuido entre en desacuerdo (26%), ni de acuerdo ni en desacuerdo (26%), de acuerdo (26%) y totalmente de acuerdo (21%). En las áreas de salud y comunicación presentan una distribución equidistante entre las valoraciones de en desacuerdo y de acuerdo, y entre desacuerdo y ni en desacuerdo ni

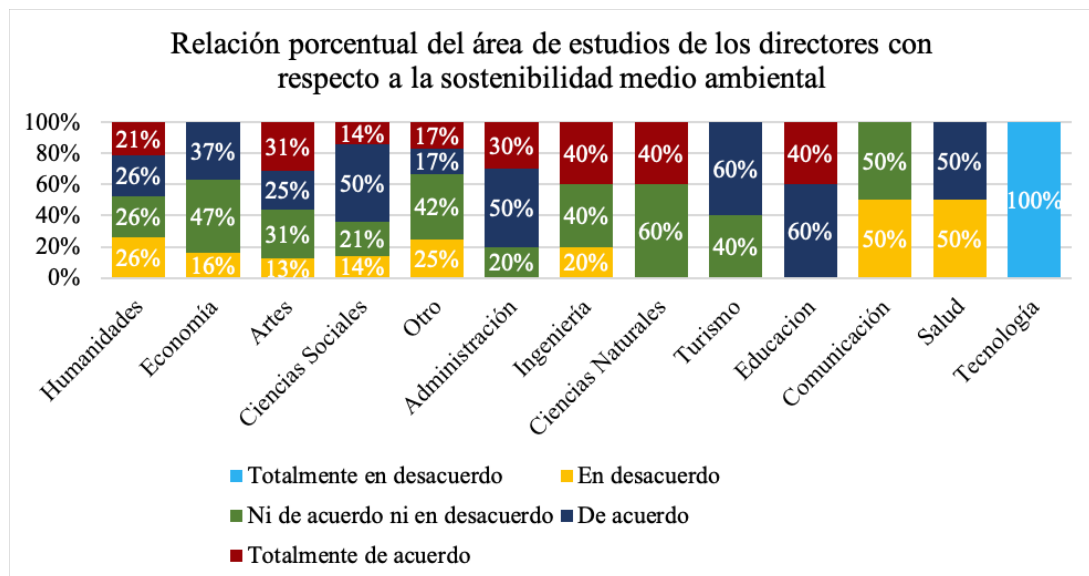
en acuerdo, respectivamente. Algo similar ocurre con las áreas de turismo y educación que presentan una distribución del 60% en una posición de acuerdo y el 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente de acuerdo respectivamente. La distribución en las áreas de ciencias naturales equivale al 60% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 40% totalmente de acuerdo. De igual forma ingeniería presenta un 40% totalmente de acuerdo, 40% ni en acuerdo ni en desacuerdo y el 20% restante se encuentran en desacuerdo. El resto de áreas presentan unas valoraciones más variables, que se reparten desde desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

Fig. 139: Relación entre el área de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a la sostenibilidad medio ambiental.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

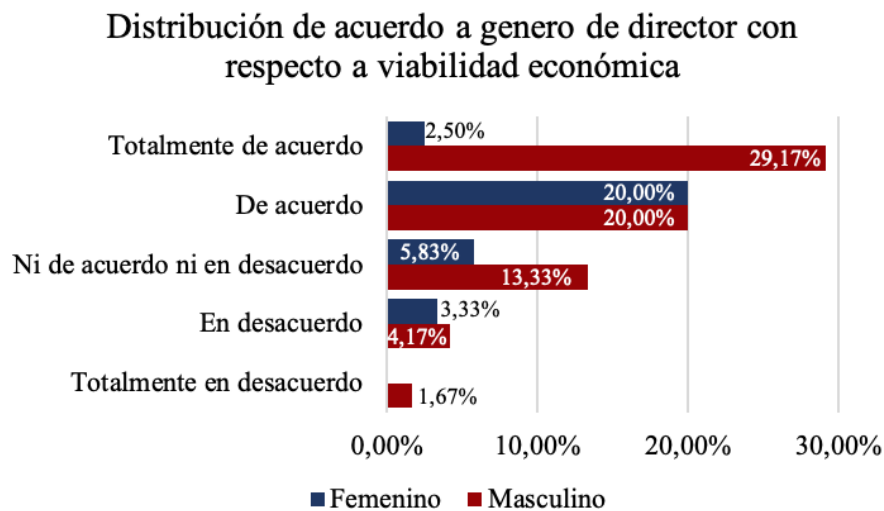
Fig. 140: Relación porcentual entre el área de estudios de los directores de festivales de folklore con respecto a la sostenibilidad medio ambiental.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

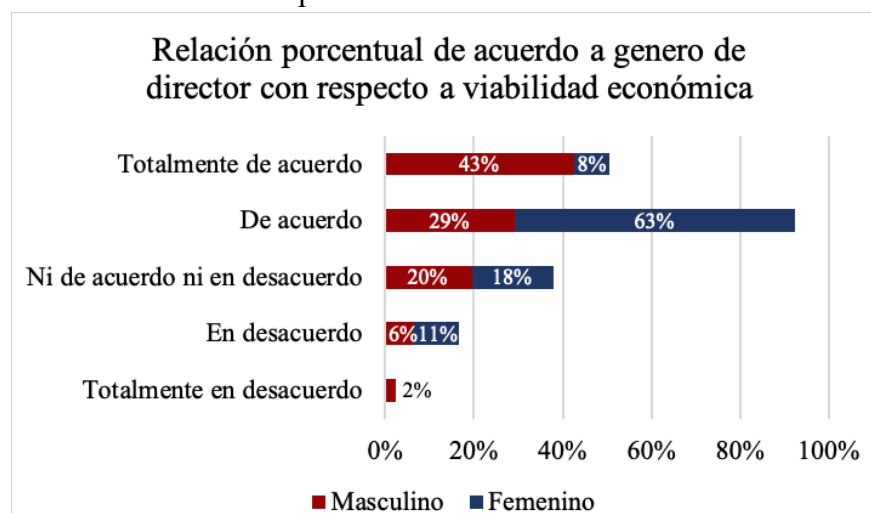
El género de los directores presenta relaciones significativas con viabilidad económica ( $p=0,038$ ) y difusión del patrimonio cultural inmaterial ( $p=0,021$ ). Así, para la viabilidad económica (figuras 141 y 142), se mantiene una normalidad en las calificaciones más altas a esta variable por parte de ambos géneros, correspondientes al 72% del total de hombres y el 71% del total para mujeres, en las demás valoraciones se reparten gradualmente, observándose también una paridad en la calificación media que corresponde a ni de acuerdo ni en desacuerdo que corresponde a un 20% de los hombres y un 18% para mujeres, así mismo, en las calificaciones más bajas se presentan en desacuerdo el 6% de los hombres y el 11% de las mujeres, mientras en la parte más baja solo el 2% de los hombres lo calificaron como totalmente en desacuerdo. En términos absolutos la misma cantidad de hombres y de mujeres se mostraron estar de acuerdo con la importancia de esta variable, correspondiente al 40% del total de directores, 20% mujeres y 20% hombres.

Fig. 141: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la viabilidad económica.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 142: Relación porcentual entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la viabilidad económica.



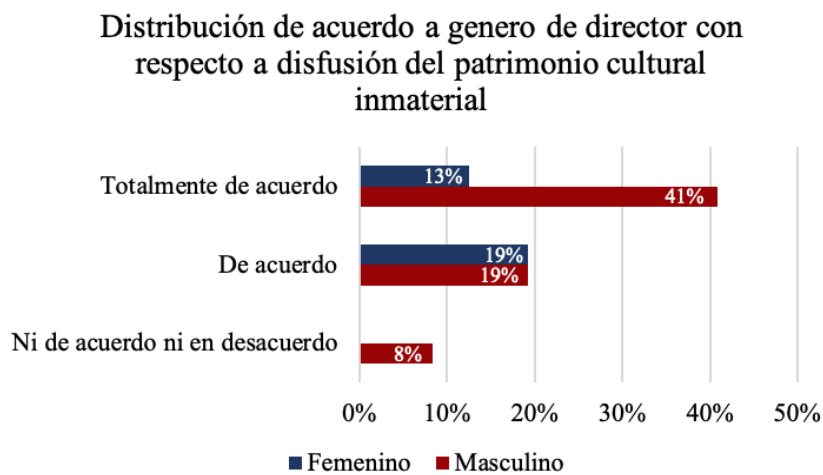
Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con la difusión del patrimonio cultural inmaterial (figuras 143 y 144), la valoración por parte de los directores es muy positiva, encontrándose el 88% del total de directores hombres valorando como de acuerdo (28%) o totalmente de acuerdo con este impacto (60%), el 12% restante lo valoraron con una nota media, mientras que el total de directores mujeres lo valoraron positivamente, 61% se mostraron de acuerdo y el 39% restante



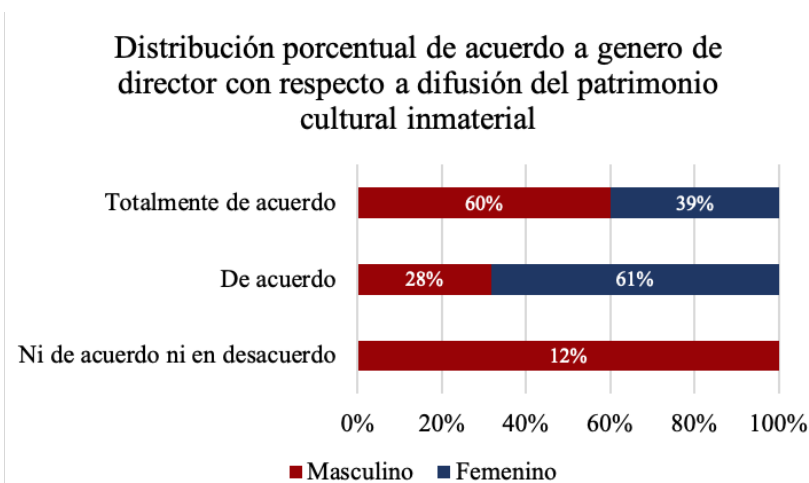
totalmente de acuerdo. En términos absolutos, el 54% de directores valoraron este impacto como totalmente de acuerdo, de estos, el 41% corresponde a directores hombres y el 13% a directores mujeres, la siguiente valoración equivale al 38% del total repartidos equitativamente entre directores hombres y mujeres, el 8% de directores restantes calificaron a este impacto como ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Fig. 143: Relación entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la difusión del patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

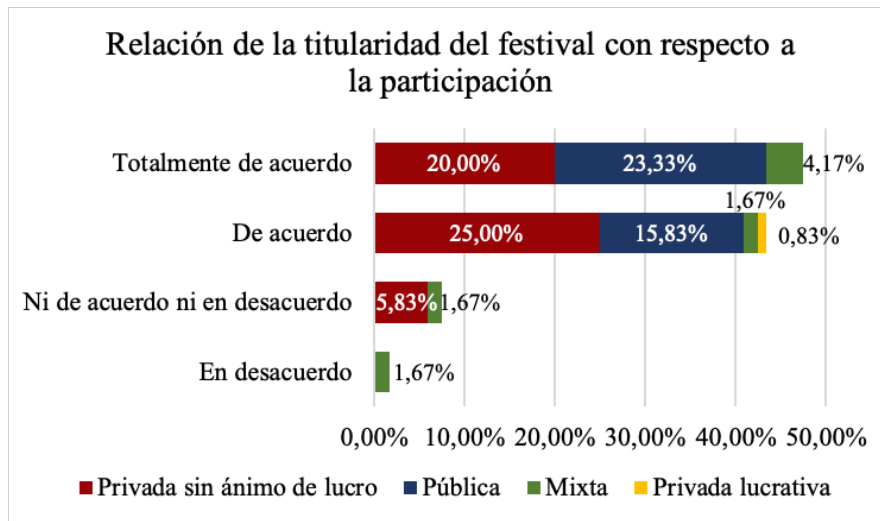
Fig. 144: Relación porcentual entre el género de los directores de festivales de folklore con respecto a la difusión del patrimonio cultural inmaterial.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

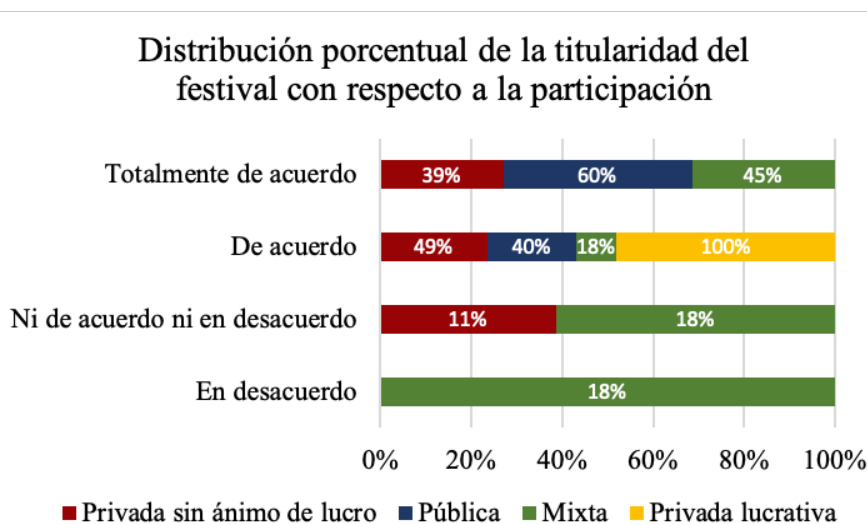
En cuanto a las variables de identificación del festival que presenta relaciones significativas es la titularidad con respecto a la participación ( $p=0,038$ ) y turismo cultural ( $p=0,037$ ), que hacen parte a las variables del patrimonio cultural inmaterial, ambas presentan un grado de asociación media ( $r=0,453$ ). Con respecto a la participación (figuras 145 y 146), más del 90% de los directores afirmaron estar de acuerdo (43,33%) o totalmente de acuerdo (47,5%) con este impacto, de los cuales el 45% corresponde a festivales con una titularidad privada sin ánimo de lucro y 39,17% a una titularidad pública. El total de los festivales de titularidad pública presentan respuestas de acuerdo (40%) y totalmente de acuerdo (60%), esto puede ser explicado pues ante la utilización de fondos públicos, estos requerirán sean invertidos en la sociedad y por lo tanto sus esfuerzos se verán encaminados a la participación ciudadana en sus festivales. Los festivales cuya titularidad es privada lucrativa corresponden al 0,83% de los encuestados y afirman estar de acuerdo con este impacto. De igual forma, del total de festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro el 88% se muestran de acuerdo (49%) o totalmente de acuerdo (39%) con que su festival genera este impacto mientras que el 11% restante dice no estar de acuerdo ni en desacuerdo. Aquellos festivales con titularidad mixta muestran un comportamiento variable ubicándose el 18% de su total en las valoraciones de en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo y de acuerdo, respectivamente, el 45% de festivales con titularidad mixta restante dicen estar totalmente de acuerdo con que su festival genera este impacto.

Fig. 145: Relación entre la titularidad del festival de folklore con respecto a la participación.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 146: Relación porcentual entre la titularidad del festival de folklore con respecto a la participación.

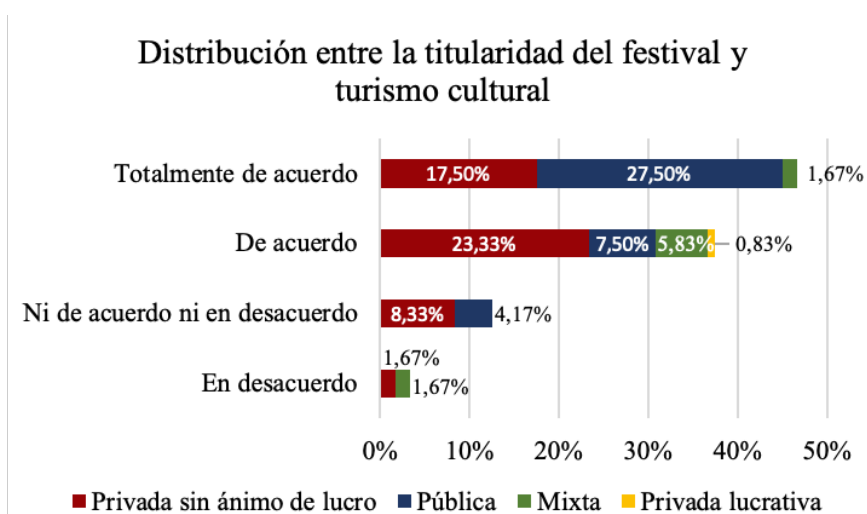


Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con el turismo cultural (figuras 147 y 148), este es considerado como uno de los impactos del festival de folklore por el 84,17% del total de directores, mostrándose de acuerdo el 37,5% y totalmente de acuerdo el 46,67%. De este total, el 40,83% corresponde a festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro y el 35% a festivales de titularidad pública.

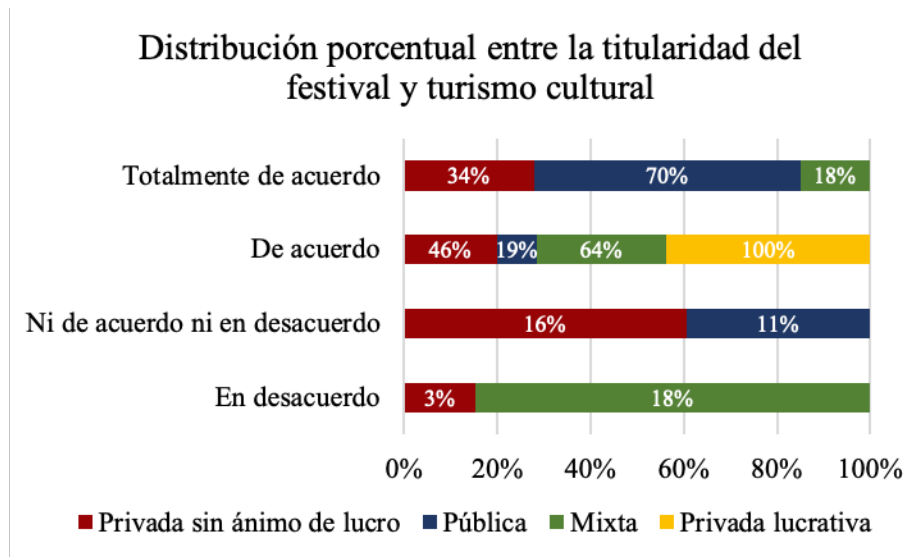
Solo el 3,33% de los directores mostraron estar en desacuerdo con este impacto de los cuales el 1,67% equivale a festivales de titularidad privada sin ánimo de lucro y el otro 1,67% a festivales con titularidad mixta. Del total de directores de festivales con titularidad pública, el 89% valoran positivamente este impacto, distribuyéndose el 19% en de acuerdo y el 70% totalmente de acuerdo, el 11% restante dijeron no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con que su festival genera este impacto. el 100% de directores de festivales con titularidad privada lucrativa dijeron estar de acuerdo con este impacto. De igual forma, aquellos festivales con titularidad privada sin ánimo de lucro, el 80% valoran positivamente este impacto, el 46% se muestra de acuerdo y el 34% totalmente de acuerdo, mientras que el 16% se muestra ni en acuerdo ni en desacuerdo con este impacto, mientras que el 3% restante está en desacuerdo.

Fig. 147: Relación entre la titularidad del festival de folklore con respecto a turismo cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 148: Relación porcentual entre la titularidad del festival de folklore con respecto a turismo cultural.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

En relación con la ubicación geográfica y la viabilidad económica (figuras 149 y 150) existe una relación significativa ( $p=0,000$ ) y un grado de asociación medio-alto ( $r=0,591$ ). Así, el 74,2% del total de directores mostraron estar de acuerdo (41,7%) o totalmente de acuerdo (32,5%) con este impacto. El 17,5% no se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 6,67% dijeron estar en desacuerdo y solo el 1,67% dijeron estar totalmente en desacuerdo. El 100% de los directores de la zona de América se valoraron positivamente este impacto, mostrándose el 70,59% totalmente de acuerdo y el 29,41% de acuerdo con este impacto. De igual forma sucede con los directores de festivales de la zona de Asia, el 50% se muestra de acuerdo mientras que el otro 50% se muestra totalmente de acuerdo. En cuanto a los festivales de Oceanía, el total de directores que se muestran totalmente de acuerdo equivale al 66,67% mientras que el 33,33% restante se muestran de acuerdo. En cuanto a los directores de festivales de la zona europea, estos se encuentran un poco más repartidos en sus valoraciones, encontrándose que el 21,84% se muestra totalmente de acuerdo, el 44,83% de acuerdo, ni en acuerdo ni en desacuerdo se presentan el 24,14% mientras que el 9,2% restante

está en desacuerdo con este impacto. De los directores de la zona africana, el 71,43% ha valorado positivamente este impacto, distribuyéndose el 42,86% totalmente de acuerdo y el 28,57% de acuerdo, con la proporción restante, el 28,57% de directores de África se muestran totalmente en desacuerdo con este impacto.

Fig. 149: Relación entre la zona demográfica del festival de folklore con respecto a viabilidad económica.

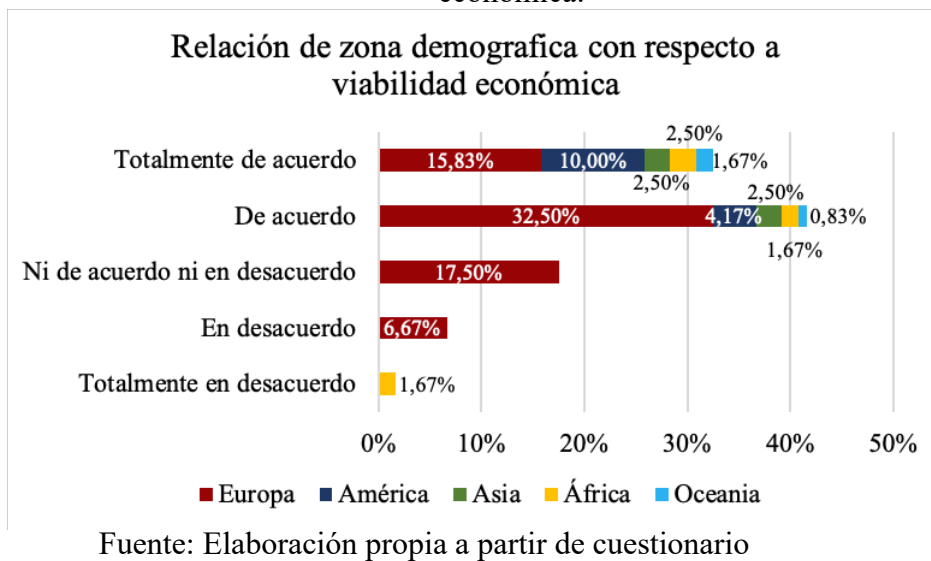
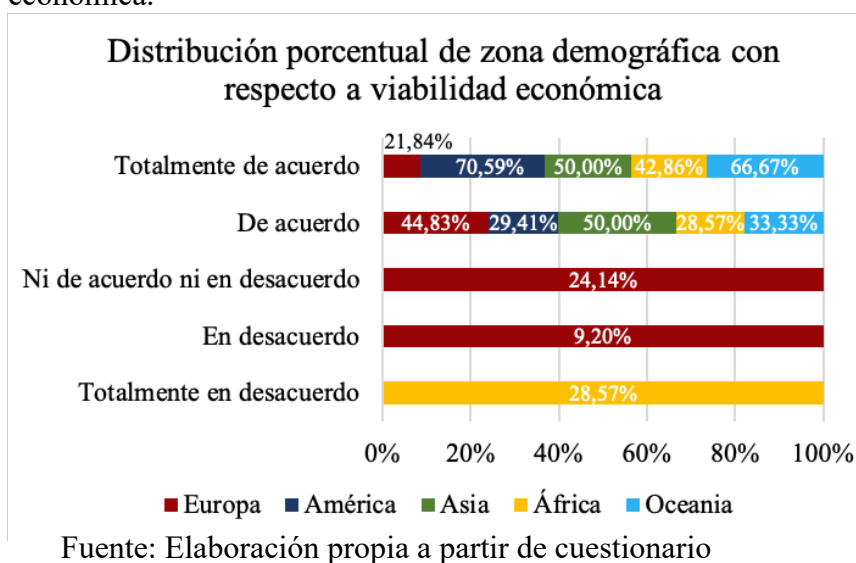
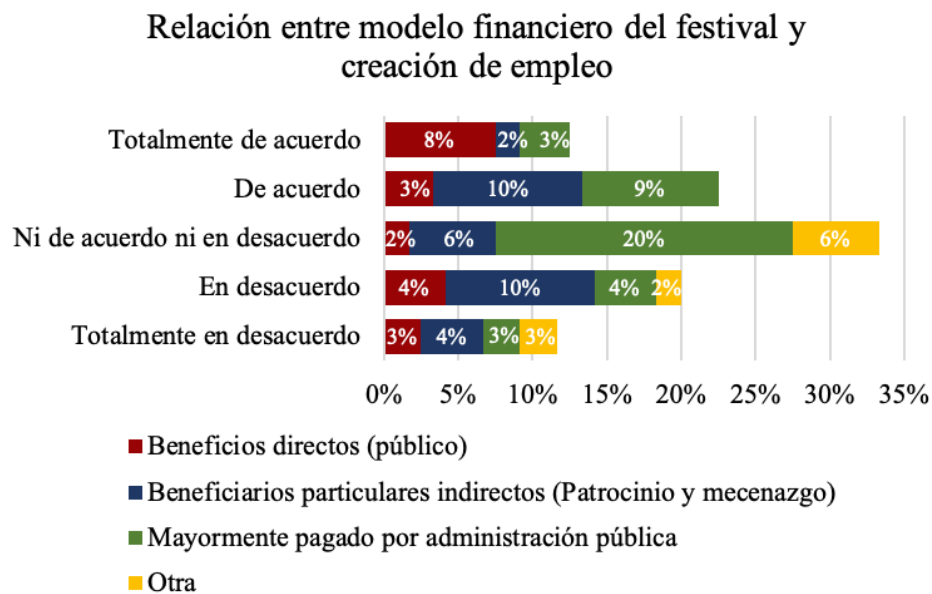


Fig. 150: Relación porcentual entre la zona demográfica del festival de folklore con respecto a viabilidad económica.



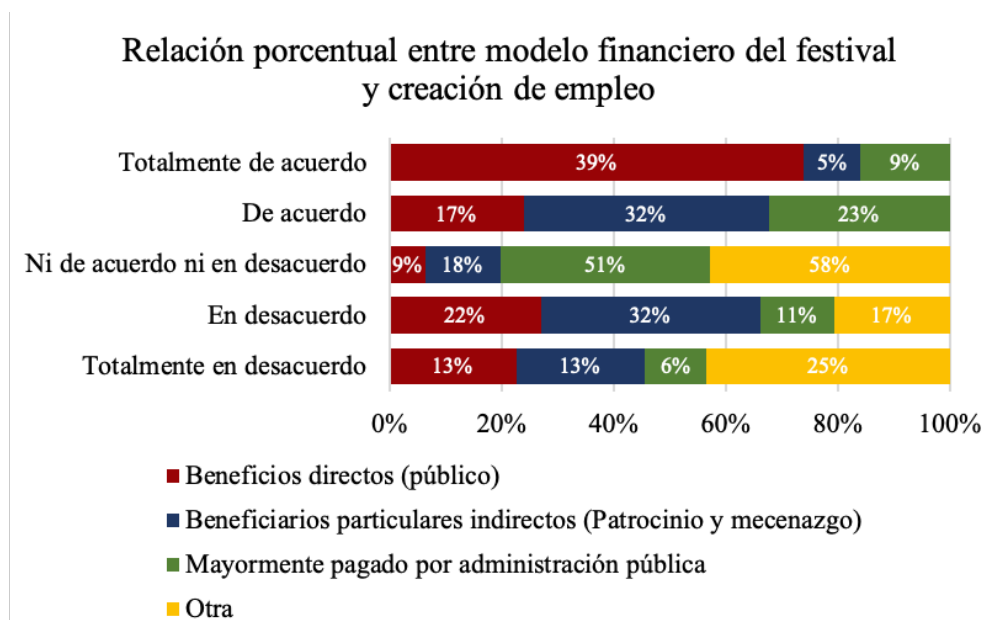
El modelo financiero también presenta una relación significativa con respecto a la creación de empleo ( $p=0,011$ ), variable relacionada con los impactos de gestión del festival, con un grado de asociación medio (0,522). En este sentido, este impacto es valorado medianamente por el total de directores, presentándose una distribución casi equitativa en la zona baja (32%), media (33%) y alta (35%) de las valoraciones. Los festivales cuyo modelo financiero depende de beneficios directos, el 56% se mostraron totalmente de acuerdo (39%) o de acuerdo (17%) con la creación de empleo, el 9% no se muestra ni en acuerdo ni en desacuerdo con este impacto y finalmente el 35% restante se muestra en desacuerdo (22%) o totalmente en desacuerdo (13%). Aquellos festivales con otros modelos financieros mostraron una valoración tendiente hacia negativa de este impacto, el 58% de ellos no se muestran de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 42% restante se muestra en desacuerdo (17%) o totalmente en desacuerdo (25%). Mayor paridad en las valoraciones se encuentran los festivales cuyo modelo financiero depende de beneficios particulares indirectos, de este total, el 37% ha valorado positivamente la creación de empleo mostrándose totalmente de acuerdo el 5% y el 32% de acuerdo, el 18% no se muestra de acuerdo ni en desacuerdo, y el 45% restante lo valora negativamente, así el 32% dice estar en desacuerdo, mientras que el 13% restante dice estar totalmente en desacuerdo. Los resultados se observan en las figuras 151 y 152.

Fig. 151: Relación entre el modelo financiero del festival de folklore con respecto a creación de empleo.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario

Fig. 152: Relación porcentual entre el modelo financiero del festival de folklore con respecto a creación de empleo.



Fuente: Elaboración propia a partir de cuestionario



### 5.3 Análisis del estudio cualitativo

El estudio cualitativo abordó los mismos bloques especificados en el cuestionario, recabando información en la gestión del festival por parte de los directores, el director y su profesionalización, el uso de la tecnología y el internet en la gestión del festival, los recursos e impactos de los festivales y finalmente el ámbito artístico; todo esto teniendo en cuenta la evaluación de las hipótesis y como profundización al trabajo cuantitativo. Con estos parámetros, su discurso recaba como ha sido su evolución y los retos futuros que enfrentan los festivales de folklore.

Fig. 153: Nube de palabras con mayor frecuencia dada en los grupos de discusión y entrevistas.



Fuente: Elaboración propia

#### 5.3.1 Gestión del festival de folklore

En esta primera dimensión de análisis se ha obtenido información relacionada con la gestión del festival y los elementos claves para el desarrollo del mismo. Inicialmente se pretendía percibir los inicios tanto en el mundo de los festivales de folklore como en su gestión.

Algunas de las preguntas relacionan la experiencia en la participación de festivales con la dirección de estos, su evolución, la importancia de las asociaciones, dificultades y fortalezas, siempre teniendo en cuenta la participación del patrimonio cultural inmaterial en su discurso dentro de sus decisiones de gestión.

La reincidencia de términos en diversos puntos extraídos de los grupos de discusión y las entrevistas se observan en la figura 154.

Fig. 154: Terminología más utilizada por los directores entrevistados en la parte de gestión del festival de folklore.



Fuente. Elaboración propia

### 5.3.1.1 Evolución profesional dentro del mundo de festivales de folklore

En la evolución tanto personal como profesional de los directores dentro del festival, presentan en su discurso una afirmación mayoritaria en el hecho de que su ingreso al folklore y en especial el festival de folklore proviene de una larga tradición familiar.

“Los primeros pasos que di cuando aprendí a caminar fueron con una cumbia<sup>12</sup>”. DE\_3

“Esto es mi vida, no conozco más que esto desde que tengo uso de razón, lo heredé de mis padres, la danza me ha dado todo lo que tengo ahora, la verdad nunca me he visto haciendo algo que no sea bailar mi música y es lo que me gusta mostrar cuando puedo viajar a algún festival, ahora desde mi posición de director es muy difícil mantener ese mismo rendimiento artístico por estar inmerso consiguiendo fondos para el festival”. DE\_4.

“Cuando ingresé a la compañía mi intención era realizar alguna actividad para llenar mi calendario y mantenerme activo, no me imaginaba nunca terminar dirigiendo un festival, básicamente desde que ingresé quede flechado con la danza y la manera en cómo música hervía mi sangre, me transportaba a algo diferente. A partir de ese momento y cuando se daba la oportunidad viajaba a los festivales y eso me emocionaba mucho, son muy lindas las experiencias que vives dentro del festival. Siempre viví nuestro festival desde adentro, como ayudante, guía de los grupos, ayudante en la logística, traductor en algunos casos”. DE\_1

### 5.3.1.2 Inicios e importancia de organizaciones de festivales

Dar vida al festival no solo incumbe crearlo, generar una programación o conseguir los fondos suficientes para organizarlo, el festival de folklore va mucho más allá -como se mostró en el marco teórico de esta tesis- este tipo de festival no representa, en la mayoría de los casos,

---

<sup>12</sup> El termino cumbia se refiere a un ritmo musical autóctono de la región Caribe en Colombia, que se ha extendido por todo Latinoamérica. <https://www.colombia.co/cultura-colombiana/folclor/10-datos-para-conocer-la-cumbia-colombiana/>

un beneficio lucrativo, es organizado por el amor al arte y las tradiciones, en este sentido, los directores promueven un discurso de unidad y de necesidad de coordinación de redes de trabajo donde es importante tanto la dirección política como la económica. De esta forma, se crean las organizaciones de festivales de folklore.

“Yo llegué a IOV a partir de la invitación de un amigo, quien era en ese entonces director de un coro Austriaco, nos conocimos en Sudáfrica, a partir de ese momento ingresé a la organización y he mostrado mi voluntad de trabajar allí, por todo lo que conlleva mantener el dialogo cultural que se genera en los festivales”. DE\_9

“En un principio, cuando era bailarín, me interesaba conocer el mundo a través de mi arte y conocí muchos festivales, en ellos observaba los que llevaban a cabo el festival y me di cuenta de que en ellos estaba el logo de CIOFF, al verlo tan seguido en muchos festivales, mi grupo se adhiere a esa sección nacional, desde ese entonces hago parte de la organización”. DE\_3.

Así mismo, se refleja la importancia de pertenecer a estas asociaciones:

“La importancia de pertenecer a estas asociaciones, es que tienes el visto bueno de una asociación internacional y además de la UNESCO, lo que da una confianza tanto para grupos participantes como para los mismos festivales, es decir, los grupos con esto tienen una certeza de asistir a un festival serio”. DE\_2

“En los festivales que dirijo, todos hacen parte de una u otra organización, yo personalmente estoy en todas, no significa que una sea mejor que otra, simplemente cada una tiene una forma diferente de gestión de sus festivales y por lo tanto cada quien decide si pertenecer a una u otra o a todas, no son excluyentes”. DE\_5.

“Para mí lo más importante, además de que el festival muestra una credibilidad, es que puedes recibir una retroalimentación de tu trabajo a partir de las evaluaciones que realizan los grupos, con ello podemos mejorar cada año”. DE\_7.

### 5.3.1.3 Elementos claves para la gestión del festival

¿Que hace que un festival sea estable y otros desaparezcan después de las primeras ediciones? ¿qué hace falta para gestionar con éxito un festival de folklore?

En este aspecto, la gestión del festival de folklore no difiere en la gestión de algún otro festival, la importancia de la organización del trabajo, las redes de trabajo, la comunicación, el *marketing*, etc. Son elementos inherentes a cualquiera de ellos. En sus discursos, los directores nombran diferentes elementos claves para su gestión, donde destacan cuatro elementos claves:

#### **La constancia:**

Los directores hacen referencia a este termino en la capacidad de gestión de un festival, atendiendo a una necesidad de trabajo conjunto no dependiente de una sola figura visible.

“Como gestor, considero que lo más importante es la constancia, yo he visto repetidamente a lo largo de los años como fenomenales festivales no han sabido salir

adelante o gestionarse porque dependen de una sola figura, y cuando esta muere o se retira, el festival simplemente desaparece porque no cuenta con una figura de renovación, estos festivales deben contar con una verdadera red de trabajo que garantice esta renovación. Todos somos importantes, pero ninguno es absolutamente necesario”. DE\_9.

“Han existido diferentes festivales que cuando el referente del festival lo deja de hacer, bien sea por muerte, o por enfermedad, etc., estos desaparecen hasta que venga alguien y lo recupere nuevamente”. GD\_3.

### **Redes de trabajo:**

Ligado al aspecto anterior, los directores hacen referencia a la necesidad de trabajar tanto en equipo como en la creación de redes, hacen hincapié en que esto es necesario para la formulación de circuitos de festivales.

“El que camina solo, llega más rápido, el que camina acompañado tarda más, pero llega más lejos. El festival tiene muchas fases y elementos que no pueden ser manejados por una sola persona, tiene que existir una red de trabajo, desde la comunicación hasta la logística, sin esta red no sería posible ningún festival”. DE\_2.

“Desde que tomamos las riendas de la organización, siempre el objetivo es trabajar en equipo, estamos adheridos a diferentes asociaciones y trabajamos en conjunto año tras año, en algunos momentos es difícil coordinar tantas actividades, pero con el equipo

que tenemos lo manejamos de una manera muy eficiente y estamos orgullosos de ello”.

DE\_1.

### **Auto sostenibilidad del festival:**

El discurso de los directores insiste en la necesidad o bien de dejar de depender paulatinamente de la administración pública o en la coordinación consensuada de la gestión para que el festival perdure en el tiempo.

“La verdad es que conozco muchos festivales, unos son muy buenos cuando tienes el apoyo del gobierno de turno, pero cuando este mismo festival no tiene esta ayuda, simplemente desaparece, porque no tienen una figura de gestión más allá que la de administrar un dinero general del estado, esa es la clave para mí, garantizar la ejecución del festival sin la dependencia de los organismos públicos”. DE\_1.

“Con ayuda o sin ayuda del gobierno, mi festival se hace año tras año, está consolidado y la gente lo espera cada año, no puedo defraudarlos. Eso sí, o te llenas de patrocinios o esperas un año a que la administración pública te pague. Prefiero lo primero”. DE\_8

“Nuestra intención es atraer el turismo, por eso invertimos tanto en estos festivales, como ves, la gente se vuelve loca cuando los ven bailar o tocar, es algo novedoso para ellos y tenemos que darles entretenimiento, lo hacemos por ellos y también para que el mundo conozca China, es lo que más queremos, atraer gente a que conozcan nuestra cultura y el festival es uno de ellos”. DE\_5.

### **Tecnología:**

Este termino aparece casi siempre, en referencia a los nuevos avances y a la necesidad de estar al tanto de las nuevas tecnologías en especial para la comunicación con los grupos.

“Mi festival había tenido participación de grupos latinos, hasta el año pasado que contamos con la presencia de un grupo de España, fue muy emocionante, tener al primer grupo fuera de nuestra región, le dimos oportunidad a la gente de conocer en directo, sus bailes y música, quedaron impactados con el flamenco. Todo esto gracias a los contactos facilitados por la tecnología, antes ni nos lo imaginábamos”. DE\_3.

“La organización del festival se hizo por ayudas recibidas internacionalmente, estas ayudas fueron gestionadas a través del correo electrónico, después estuvimos en contacto por teléfono y al final no se han arrepentido de ayudarnos, porque lo hacemos por y para el pueblo”. DE\_4.

#### 5.3.1.4 Dificultades como directivo

Gestionar un festival no es fácil, dar la cara cuando las cosas no salen de la mejor manera tampoco lo es, los directores exponen diferentes dificultades al momento de gestionar el festival. ¿Cómo se pueden evitar? en este sentido su discurso muestra una tendencia directa hacia la financiación. Lo consideran como el punto de inflexión de su festival. Sin embargo, en su discurso, los directores presentan dos vías de ataque a esta dificultad, bien por apoyo público o bien por apoyo privado.



“Habiendo salvado las dificultades iniciales del grupo de trabajo, el siguiente y más importante, es la financiación, la incidencia del festival en la sociedad es muy positiva y por lo tanto se deben buscar esas ayudas por parte de la administración pública”.

DE\_9.

“El festival se organiza por necesidad del gobierno local, en donde dependemos del dinero que se nos asigna para construirlo, nuestro deber es atraer turismo a esta región, por lo que invertimos en el festival y la gente lo aprecia, no siempre puedes ver diferentes culturas en el mismo sitio, compartiendo su conocimiento a través del arte”.

DE\_6.

“En Luoyang no tenemos ningún problema de financiación, allí el gobierno invierte en brindarles lo mejor a los grupos participantes y se esfuerzan en que ustedes estén bien, sin embargo, por ejemplo, en Beijing la cosa cambia un poco, allí tenemos que ajustarnos un poco en cuanto a la alimentación, por eso los grupos reciben bonos de comida en restaurantes, es la forma que encontramos en vez de gastar en los bufetes, depende siempre del grado de financiación que tengamos, pero siempre garantizamos una excelente atención”. DE\_7.

“La región en un momento era muy prospera, teníamos muchos visitantes todos los años, por eso ves muchos hoteles aquí, sin embargo, eso cambió y la gente dejó de venir, aunque seguimos teniendo las mismas atracciones, desde ese momento, el festival se paró un poco, no teníamos presupuesto, pero en los últimos años esta

tendencia ha cambiado y cada vez podemos ofertar más y brindar más cosas a los grupos participantes y al público asistente”. DE\_2.

#### 5.3.1.5 Grado de profesionalidad de la industria

¿Esta profesionalizado el sector? Los directores muestran diferentes opiniones al respecto, uno es la dicotomía en la aseveración del bajo o alto grado de profesionalidad al momento de gestionar el festival y el otro es la no necesidad de especialización en algún tipo de gestión de eventos más allá de que es obligación del estado en garantizar el festival.

“Mi formación me ha llevado a entender los ámbitos del turismo y de las necesidades para una correcta oferta hostelera, el festival es un complemento en la temporada para estos turistas, por lo que te puedo asegurar que contamos con personas altamente capacitadas tanto para la gestión como para la producción del festival como tal”. DE\_8.

“Aquí todo es gigante, por lo que, a grandes eventos, grandes problemas también, por lo que todos nuestros empleados tienen que ser los mejores formados para la actividad y poder solucionar algún inconveniente de la mejor manera posible”. DE\_5.

“Desde mi experiencia como ingeniero, me he dado cuenta, no sin sorprenderme, del bajo grado de profesionalismo en los gestores culturales en general y más específico en los gestores folclóricos, ha sido muy fácil entender que existe más exigencia consigo mismos como artistas que como gestores, el nivel artístico es muy alto, pero en la organización de festivales deja mucho que desear. Creo que en otras partes, especialmente en Asia, esto no es así, los grupos disponen de unos managers cualificados para los recursos y hacia la promoción profesional, con la programación

adecuada y la difusión en medios adecuada. Aún nos queda mucho camino por recorrer”. DE\_9.

“Nuestro festival lo realizamos por pasión, dependemos de la administración pública, pero lo gestionamos de forma privada y aunque no tenemos formación específica en eventos, lo hacemos con el corazón, también somos artistas y participamos en otros festivales, por lo que siempre garantizamos un trato especial a nuestros grupos participantes porque queremos que también nos traten bien en otros festivales, siempre pensamos en que lo que damos es lo que recibimos, así que siempre damos lo mejor”. GD\_2.

“Yo consideraría que no está muy profesionalizado, en mi trayectoria me he encontrado con festivales muy mal manejados, desde la comunicación, hasta el marketing o la logística. Y esto es triste, porque ni siquiera presentan un modelo de mejora, ni de evaluación, sin embargo, aquí procuro con mi equipo siempre dar lo mejor que tenemos en nuestra ciudad y que los grupos se lleven una buena imagen del país”. GD\_3.

### 5.3.2 Gestor del festival de folklore

En esta segunda dimensión de análisis se ha obtenido información relacionada con el gestor del festival y sus retos a futuro. Las consideraciones sobre sus competencias, conocimientos y valores para la gestión del festival y la preparación para un futuro en este ámbito. De igual forma, se ha prestado atención a la participación del patrimonio cultural inmaterial en su discurso dentro de su accionar como gestor.

## **Competencias, habilidades y valores para un gestor de festivales de folklore**

Los conocimientos, habilidades y valores que un gestor debe tener para llevar a cabo correctamente un festival, este apartado describe el discurso que los diferentes directores aportaron, encontrándose básicamente el aprovechar las nuevas tecnologías, la anticipación de los escenarios de acción, el estudio de gestión, el amor por la profesión y el folklore y, finalmente el conocimiento de los idiomas.

Los directores mencionan la necesidad de tener conocimientos artísticos en cuanto a las manifestaciones de danza y/o música, además de mínimamente el manejo de herramientas ofimáticas.

“Dar vida al festival es una serie de tareas y responsabilidades dadas al grupo de trabajo y cada quien tiene una función dentro de este equipo, esto requiere tener unas habilidades para el trabajo en equipo colectivo, además, es importante conocer sobre las tradiciones, las músicas populares, las danzas tradicionales, es decir, tu historia, este es el inicio para poder gestionar el festival, sino no tendría sentido, ¿cómo haces para gestionar algo que no te apasiona? Por esta razón han fracasado muchos festivales, pues han perdido alguna figura que era la conexión del equipo, y sin ella han dejado de funcionar”. GD\_3.

“Cada vez estamos en un mundo más global, el uso de herramientas ofimáticas tiene que ser vital y no solo eso, también creo que se debe poder optimizar estas herramientas para la comunicación y promoción del festival, que es a su vez una forma de valorar el patrimonio y darlo a conocer”. DE\_8.

En cuanto a los conocimientos necesarios, aquí se hacen muy presentes aquellos conocimientos en administración y gestión, así como también se recalca los conocimientos en idiomas.

“Saber conseguir los recursos, cada año estamos en búsqueda de eso, por ahora hemos recibido ayudas de Europa, pero queremos tener más, queremos más grupos, queremos que nos visiten de todo el mundo”. DE\_4.

“Es básico al menos comunicarse en inglés, de hecho, es el lenguaje que usamos en los *meetings* cada año, sin esto es imposible hablar de una gestión global de festivales”. GD\_2.

“Cada año nos conocemos más, nos acercamos más, cuando tenemos visitas de grupos de otros continentes la verdad es muy emocionante, con esto conocemos la diversidad cultural y generamos lazos de amistad”. GD\_3.

En cuanto a las habilidades, estos recalcan mucho la comunicación tanto interna del grupo como con los grupos participantes, en ellos se hace presente la comunicación en público y el manejo de idiomas como las principales fuentes de su discurso.

“Considero importante el saber comunicar, la comunicación en público es vital, esto es algo que no todos estamos preparados, personalmente lo trato de desarrollar cada día, pero no es solo para el momento del festival, es para todo, tenemos reuniones al menos cada vez, para programar este festival, por lo que la comunicación, es vital, además,

cuando te encuentras en el festival tienes que tener esa asertividad para dirigirte a los grupos y hacerlos sentir en casa, esto es algo que todos deberíamos poder conseguir”.

DE\_2.

“Lo importante es ser muy organizados y metódicos, esto no es de un día para otro, se gestiona con tiempo, por lo que esta es un ítem importante para llevar a cabo el festival”.

GD\_3.

“Cada vez veo más importante el hecho de los idiomas, cada vez el mundo es más pequeño, estamos en un mundo cada vez más global, pero realmente es así, no es un mito, y realmente es mucho más fácil comunicarse con los demás y se generan muchas confianzas si uno es capaz de comunicarse directamente, sin ningún traductor”. DE\_9.

Dentro de los valores del gestor, se enfatiza mucho en el compromiso, la disciplina de trabajo, la tradición y la hospitalidad.

“Esto lo hago por amor al arte, es decir, mi compromiso es con mi país, sus tradiciones, todas las manifestaciones y el compromiso de mantenerlas vivas, sino consiguiera mantener el festival no sé qué sería de mí, creo que esto es el valor lo más importante”.

DE\_3.

“Creo que nuestra ventaja como festival de folklore es la posibilidad de brindar una acogida y hospitalidad únicas, donde propiciamos el intercambio cultural, siempre es muy enriquecedor para nuestros hijos que conozcan otras culturas, que sepan que no es

solo nuestro barrio, o la escuela, por lo que nos esforzamos en que todos se sientan bien. También es lo que buscamos cuando mandamos un grupo a algún festival internacional”. DE\_1.

“Es muy importante para el festival mantener coordinadas las actividades hasta el momento del festival, trabajamos casi un año para ello, casi que cuando termine esta edición, a la semana siguiente ya estamos planificando la próxima, siempre tenemos diferentes propuestas artísticas y tenemos que evaluarlas, así como también la búsqueda de apoyos, tienen que ser gestionados con tiempo”. DE\_6

### **Principales retos para un gestor de festivales de folklore**

En palabras de los directores, la industria de festivales de folklore presenta varios retos, uno de los más importantes es el de la renovación generacional tanto de las asociaciones de festivales como los mismos festivales, el segundo en tendencia hace alusión a la mejora en la gestión para brindar un mejor festival y el tercero se refiere a la optimización del uso de las herramientas tecnológicas.

“Cada año discutimos cómo hacer para atraer más gente joven a la organización, es algo que tenemos que trabajar más, pues se ha visto parado su actividad en el último año (referencia a la sección joven), necesitamos garantizar la continuidad de la organización y también es necesario fomentar más la investigación”. GD\_2.

“Tenemos año tras año muchos voluntarios al festival, es bueno porque ellos son los que se interesan por el festival y empiezan así, para después ir escalando poco a poco.

Sin su ayuda tampoco sería posible la realización exitosa de nuestros festivales, además hacemos uso de estudiantes que se motivan a venir y conocer del festival”. DE\_5.

“El festival tuvo unos años muy interesantes y cuando salí, el festival tenía un presupuesto bastante bueno como para administrarlo por muchos años más, tres años después, me encuentro que el festival está en quiebra con déficit y entonces decido volver y liderar el proyecto nuevamente. Algo que teníamos muy bien montado, se vino abajo por la falta de gestión de una nueva directiva, por lo que considero que este es un reto tanto para mi festival como para todos los organizados por IOV”. GD\_2.

“El futuro pasa por usarlo, estamos viviendo el futuro ahora mismo, por lo que tenemos que optimizar el uso de internet, potenciar una página web y difundir nuestro patrimonio”. GD\_3.

“El principal reto es conseguir los recursos, gestionarlos para brindar a la comunidad un momento de alegría y diversión”. DE\_4.

### **Desarrollo del rol como gestor de festival de folklore**

Ante los diferentes retos y cualidades que debe tener un gestor, ¿qué características tuvo su desarrollo como directivo? ¿Cómo piensan que se debe preparar las futuras generaciones para ese mismo puesto? ¿Estudios? ¿Experiencia? En este sentido, su discurso está basado por la experiencia, son muy pocos los casos en los que se cursó un estudio como tal y por eso recalca la necesidad de obtener estos conocimientos y prácticas antes de dirigir el festival.



“Aprender se aprende con los errores y con el tiempo, yo personalmente he aprendido a desarrollar labores de gestión cultural a lo largo de muchos años para diferentes tipos de organizaciones, al principio desarrollaba la actividad de una manera mucho menos planificada, mucho menos sistemática, actualmente dispongo de mis propias plantillas, de mis propios mecanismos con los cuales me resulta más sencillo gestionar. La experiencia, el tiempo y sobre todo haber tenido unos maestros, unos modelos de los cuales aprender ha resultado fundamental”. DE\_9.

“Los futuros profesionales que quieran dirigir un festival deberán haber formado previamente de algún grupo folclórico, conocer desde adentro su funcionamiento hace que su trabajo se convierta en algo más personal con lo cual será mejor valorado. Hay que ser cocinero antes que fraile, se necesita tener experiencia en escena, haber roto el miedo a presentarse ante un gran público y porque siendo parte del grupo se conoce de primera mano las necesidades de los grupos, las cuales serán tenidas en cuenta para su futuro festival”. DE\_3.

“Los próximos directores tendrán que conocer las necesidades de los grupos sin necesidad que estos vengan a advertir cuáles son sus necesidades organizativas, de espacios o de todo tipo que el grupo va a necesitar, esto solo lo da la práctica”. DE\_8.

“Los estudios que van a ser necesarios cada vez son mayores, cada vez es más exigente a la hora del planteamiento de propuestas y por tanto considero que si no se pueden estudios universitarios superiores en gestión y patrimonio, al menos si algunos cursos

de formación profesionales en *marketing*, gestión económica, van a ser cada vez más necesarios, todos ellos complementarios por supuesto a los estudios de idiomas”.GD\_3

“Los festivales de música folclórica, los festivales de danza folclórica están haciendo una labor fundamental en la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial, las nuevas generaciones deben de aprender los bailes tradicionales, deben aprender las canciones y la música tradicional, deben proteger, estudiar y proteger el estudio de los instrumentos musicales tradicionales y de la forma de ejecución tradicional, la sociedad espera que las organizaciones no gubernamentales que las administraciones y también que las empresas privadas apoyen la salvaguarda de este patrimonio inmaterial, que en España es excepcionalmente rico, mucho más que en muchísimos otros países, en donde se está por encima de nosotros en actuaciones del patrimonio”. DE\_9.

### 5.3.3 Tecnología e internet:

El bloque de preguntas relativas a las herramientas tecnológicas e internet aborda cuestiones principales relacionadas con la incorporación de nuevas tecnologías, redes sociales, aplicaciones digitales y herramientas de internet. Así, se pretende conocer la opinión de los directores respecto al cambio que han supuesto las últimas innovaciones en la gestión del festival. ¿Ha cambiado la forma de gestionar el festival debido al uso de las nuevas tecnologías? ¿Cuál es el futuro del festival de folklore con la nueva tecnología?

Todos los directores son conscientes del cambio que ha tenido los festivales de folklore en los últimos años debido a la innovación tecnológica. Especialmente hacen mayor alusión al uso de internet, página web del festival y las redes sociales, ya que han influido los grandes

cambios que han adaptado a la forma de gestión del festival, adaptándolo sobre todo para difusión y acercamientos con otras culturas, lo que ha permitido abrirse hacia el dialogo cultural entre los pueblos de una manera más fácil, en este sentido, algunos directores mencionan ciertas ventajas comparativas con otros tiempos y que han favorecido las nuevas tecnologías como el uso de las aplicaciones de traducción en los teléfonos móvil.

La mayoría de los directores hacen mención al esfuerzo por tener grupos artísticos de alta calidad escénica y con gran trayectoria para sus festivales, por lo que el uso de material multimedia es indispensable para seleccionar un grupo, material que obtienen a través del uso de redes sociales como Facebook y YouTube.

“La red de trabajo del festival usa Facebook como medio digital directo para la comunicación y promoción del festival, los videos del festival se ofrecen por *Streaming* y finalmente subimos a YouTube los conciertos completos”. DE\_6.

“Básicamente coincidimos en que muchos de nosotros nos hemos conocido primero en Facebook y después en algún festival, es ahora mismo una plataforma gratuita para difundir las actividades del festival, ahora mismo con los nuevos Smartphone podemos fácilmente hacer un video, o transmitir en vivo y subirlo a Facebook en cuestión de minutos”. GD\_3.

“Usualmente pedimos a los grupos videos promocionales, para darnos cuenta de su calidad artística, de su trayectoria, etc. queremos garantizar que traeremos un buen grupo para el público, estos videos nos los suelen enviar con un link de YouTube, así

mismo el festival cuenta con un canal donde subimos nuestras actividades también”.

DE\_2.

Hay dos usos exclusivos mayoritarios que los directores hacen con respecto a la utilización que se les da a las herramientas tecnológicas uno de ellos es sobre todo el de informar las actividades del festival a la audiencia, la mayoría de los directores coinciden en este hecho y recuentan que es la forma más económica y eficiente de hacerlo, pues ahora mismo invierten menos en publicidad impresa y lo hacen más en redes sociales por ejemplo Facebook; el otro uso mayoritario es el de contactar con los grupos y en su discurso se extrae la historia de estos contactos, la mayoría recuerdan que esta actividad cada día mejora con el tiempo y es muy fácil de hacerlo, en sus palabras aseguran:

“...antes, lo que hacíamos era invitar grupos que algún amigo conocía de algún otro festival, simplemente era confiar en otras personas, no podíamos ver con anterioridad si era bueno o no y todo se hacía por correo postal o en el mejor de los casos una llamada internacional, que a su vez era casi imposible entender por qué no hablábamos el mismo idioma, después usamos el e-mail y esto fue completamente novedoso ya que al menos se podían compartir algunas imágenes y algo de historia, después, con el cambio de siglo todo fue mucho más fácil, ya pudimos ver videos de actuaciones, comunicaciones mucho más rápidas y mayor interacción con más grupos, ahora mismo tenemos que desechar muchos de ellos, porque no damos abasto a todas las ofertas de grupos que tenemos”. DE\_6.

De esta forma, gracias a las entrevistas realizadas, se da un gran punto de importancia al efecto de la innovación tecnológica, afirmando la presencia en redes sociales e internet de los festivales y al uso activo de las redes sociales para la difusión de las actividades del festival y la promoción del dialogo cultural, hechos que confirman que el fenómeno del festival de folklore es una pieza clave para la apropiación y puesta en valor del patrimonio cultural inmaterial.

#### 5.3.4 Recursos viabilidad e impactos

En esta dimensión de análisis se ha obtenido información relacionada con los recursos necesarios del festival y los beneficios claves para el desarrollo de este. Las preguntas se relacionan con su visión a futuro del festival, los beneficios y los recursos a obtener. ¿Como serán viables los festivales a largo plazo? ¿Qué recursos son los más difíciles de obtener? ¿Cuáles son los beneficios del festival? En este sentido, su discurso recae nuevamente en la financiación, esta vez argumentando que se debe buscar más apoyo privado para cubrir esta necesidad.

“En un futuro cercano, la sostenibilidad de los festivales pasa porque sean visibles y además porque dispongan de financiación, en España no es habitual que se esponsorice, que se disponga de patrocinadores para garantizar la permanencia de las actividades culturales, en otros países esto no es así, por ejemplo, en Austria esto no es así, cada concierto, cada evento del festival está cubierto por patrocinadores que a cambio de la publicidad apoyan y permiten el desarrollo de las actividades, este es uno de los puntos débiles que tenemos que mejorar en un futuro en nuestro país”. DE\_9.

“Sería interesante buscar el apoyo político en la mejora de las políticas culturales con leyes que amparen las tradiciones, que se fomente su estudio desde los primeros grados escolares, así no se sufriría para que el festival perdure en el tiempo, porque todos tendremos ese sentimiento de preservación desde niños”. GD\_3.

De igual forma, los elementos de autenticidad, y diversidad se hacen presentes en sus discursos, en donde buscan ofrecer una variada oferta cultural para el disfrute de los asistentes.

“Lo que busco siempre es brindarle a la gente variadas ofertas y que conozcan lo que hay alrededor del mundo, por eso año tras año se busca traer grupos diferentes, es un pequeño paso para conocernos, si conocemos los bailes y la música, conocemos la cultura también”. DE\_8.

“El festival atrae más gente a la ciudad, por lo que a la vez que promovemos el turismo, también promocionamos nuestras propias tradiciones inmateriales, sin omitir claro, que promovemos un dialogo intercultural entre los pueblos”. DE\_6.

Así mismo, argumentan que para lograr este apoyo se necesita generar más visibilidad, en la que no todo dependa de un órgano de administración público, sino que sea algo de mayor rapidez y con mayor impacto.

“Los festivales de música o danza folclórica y de artes tradicionales, necesitan visibilidad, el marco extraordinario es proporcionado por las organizaciones de festivales para llegar precisamente al público objetivo que más les interesa que son

aquellas personas que disfrutan con este tipo de manifestaciones artísticas. Por lo que estas son las que garantizan esa visibilidad permanente”. DE\_1.

“Nuestros festivales son transmitidos por televisión pública, como ves, todos nuestros eventos están llenos, y la gente los quiere ver, para ellos esto llena sus vidas, es parte de su ocio, trabajan muy duro todos los días y también les encanta ver otras culturas en acción, con la transmisión por tv también llegamos a más hogares”. DE\_5.

### 5.3.5 Elementos artísticos

Este último bloque de análisis estuvo relacionado con las influencias y las características que toman en cuenta los directores para seleccionar un grupo para su festival. Los elementos artísticos necesarios que deben cumplir para su festival, y la gestión que deben tener con ellos.

En este sentido, se hace énfasis en lograr la autenticidad de las expresiones artísticas, los directores hacen mucho hincapié en la investigación que se debe tener por parte de ellos mismos al momento de evaluar las propuestas.

“En los festivales organizados por la IOV lo que siempre se está exigiendo, es que los artistas estén mostrando lo valioso del folklore tradicional, más allá de la espectacularidad de los medios técnicos utilizados, lo que se está valorando es que los instrumentos, los trajes, la vestimenta y la forma de comportarse, refleje realmente la autenticidad de ese folklore, no se busca llegar a un público amplio mostrándoles un espectáculo edulcorado o distinto al que podrían encontrarse en cualquier pueblo o

ciudad de la tierra natal de la cual proceden, de forma tal, que los medios técnicos es secundario, lo importante es la autenticidad del espectáculo que se muestra y para ello se exige a los artistas que colaboren en el desarrollo de estas actuaciones, que sus vestimentas, actuaciones e incluso el idioma que utilicen sea el idioma auténtico de la zona que están representado”. DE\_9.

“El grupo tiene que lograr una representación artística de alta calidad con sus elementos tradicionales, por eso nos esforzamos en traer a las mejores delegaciones, invertimos mucho tiempo en ello”. DE\_5.

Finalmente, hacen referencia a los elementos claves para participar en el festival, en ellos se registran los trajes tradicionales y los instrumentos musicales tradicionales, además reflejan que la puesta en escena sea correcta y auténtica.

“Los trajes tradicionales, la utilización de instrumentos musicales tradicionales, la voz como instrumento tradicional y de la forma autóctona, buscando que el público tenga la oportunidad de acceder a un espectáculo realmente tradicional, de la forma que históricamente se ha venido representando en la región de origen de ese grupo”. GD\_2.

“Desde el punto de vista visual, lo que resulta clave en un grupo artístico es su puesta en escena, y esa puesta en escena se fundamenta básicamente en dos aspectos una es su forma de vestir, sus trajes, y la otra es el comportamiento en tarima su representación, estos elementos son muy valorados a la hora de escoger un grupo para el festival”. DE\_4.



#### 5.4 Análisis del estudio de los artistas

El estudio de los artistas se realizó enteramente cualitativo el cual abordó los diferentes elementos de estudios descritos en el capítulo 4 de esta tesis, recabando información en la gestión interna del grupo, su titularidad y modelo financiero, los elementos para la creación, sus conocimientos, habilidades y valores como artistas, su entorno y finalmente el uso de las herramientas tecnológicas e internet.

Dentro de las diferentes participaciones como observador durante el desarrollo de esta tesis, el acercamiento al objeto de estudio se realizó como completo participante (ver apartado 4.5.3.1), evitando de esta forma que el objeto de estudio actuara de una forma no natural al momento de estudiar su comportamiento. Se ha tratado de mantener conversaciones constantes naturales, sin intervención de un cuestionario previo de preguntas para los artistas, buscando siempre que el relato del sujeto lleve la investigación, logrando de esta forma que el objeto de estudio logre una identificación con el investigador.



“...Cada país (en referencia al origen del grupo) tiene sus líneas básicas de espectáculos, por ejemplo, en nuestro caso (México) sino tienes un mariachi pues no te van a creer que eres mexicano, o sino bailas algo como las mañanitas o cielito lindo, pues está claro que no estas proyectando el espíritu mexicano, lo tienes que hacer, aunque solo sea para los momentos de integración o fiesta, eso es algo básico”. AE\_7

“...Nosotros tratamos de mostrar solo nuestra región (Baskortostán-Rusia), sabemos que existen otros grupos de Rusia con otro tipo de danzas, pero nuestras danzas y música es lo que sabemos, nuestra trayectoria se basa en este repertorio y siempre buscamos crear coreografías en torno a las vivencias diarias de nuestro pueblo...”.

[Olga Andreeva, directora ballet Krujeva Laces]

“...nosotros en Colombia tenemos dos bailes por los que nos conocen a nivel mundial, uno es el mapalé, que es una danza fuerte, de negros, y la otra es la cumbia. La cumbia la tenemos que bailar si o si, esa es nuestra identidad, lo sabemos, se representa cada vez que viajamos o incluso se hace también en los festivales nacionales, quizás nuestro valor añadido a este aspecto es que nosotros procuramos imitar como se hacía antes, cuando las velas las pones en la cabeza y la cera te baja por la cara. Aunque duela sabes que es lo que se hacía en la época de la esclavitud y eso te llena de orgullo, al final no sientes el dolor sino hasta cuando has acabado la presentación y tienes que quitarte todo eso.” [Ana García, Bailarina colombiana]

“Básicamente, tenemos un repertorio propio que ha sido transmitido de generación en generación de hecho, no es un baile como tal, es una representación como puedes ver es muy fácil, no necesita mayores cualidades técnicas para ejecutarlo, pero lo hemos aprendido de nuestros padres y abuelos y es lo que sabemos hacer...”. [Luigi Silvano, artista italiano]

“Cada vez que viajamos, tenemos que acomodar todo nuestro repertorio, cada festival tiene sus normas, entonces por ejemplo si tenemos una coreografía de 20 min, pero el festival te exige no más de 15, pues nos tenemos que adaptar, por eso es importante el tiempo de ensayo inclusive dentro del festival”. [Ariel Adorno, bailarín argentino]

En su discurso también se percibe el hecho de la transgresión con la modificación o incorporación de elementos modernos a sus bailes y músicas, de esta forma el grupo artístico en su proceso de creación no solo presenta su interés por su patrimonio inmaterial, sino que busca ir más allá, con la exploración de nuevos elementos hacia su coreografía y su música.

“Para diferenciarnos de otros grupos de la región, hemos incorporado algunos elementos de la escuela clásica de ballet, con esto hacemos una coreografía mucho más limpia y estética, lo cual no solo enaltece nuestro patrimonio, sino que lo llena de una belleza que el público internacional lo valora mucho.” AE\_6.

“La música se tiene que modificar cada vez que haces parte de esto, es decir, sales de tu ciudad y lo representas en la otra punta del mundo, ese solo hecho es transgredir la tradición, porque esto se hacía para el ocio de las personas de nuestro, entonces, en este

sentido, no solo es cambiar la duración de la música sino que también lo vas llenando con otros elementos de la música moderna, para darle un toque más internacional y que pueda ser comprensible por la mayoría del público, pero obviamente sin perder el elemento folclórico”. AE\_4.

“Por ejemplo en el “zeibekiko” (Danza griega), el hombre baila de una forma improvisada y en la tradición se rompen unos platos durante este baile, esto se tuvo que cambiar pues algunas veces los hombres salían lesionados por culpa de los restos de esta losa, y ser perdía un bailarín en un festival, lo cual no se podía solventar fácilmente, así que esto ahora se reemplaza y se hace con servilletas o papel”. AE\_11.

“En la danza tradicional “Kiliç Kankan” (Danza turca) antiguamente se hacía con espadas de verdad, mostrando su filo y en ocasiones teníamos accidentes, por lo que con el tiempo lo fuimos reemplazando con espadas sin filo para adaptarnos a cada festival, no queremos perder ningún miembro del grupo por lesión” [Faruk Alcaya. Director de festival de folklore]

#### 5.4.1.2 Recurso humano

Cada representación en un festival se debe trabajar con tiempo, pues el repertorio tradicional se debe acoplar a las necesidades tanto del festival como del viaje en sí, en este sentido, el grupo debe adaptar su talento humano hacia esa participación. Es en ese momento, -cuando se tiene la certeza de participar en un festival internacional-, que el grupo empieza a definir cuál será el talento humano que irá, esto va a depender de muchos factores, pero el factor que más importancia tiene resulta siendo el económico y el tiempo.

“Siempre queremos participar en diferentes festivales, pero no siempre pueden viajar los mismos, tenemos que garantizar que el trabajo sea realizado por los miembros que van a hacer parte de la gira, aquí empieza otro dolor de cabeza pues tenemos que asegurarnos de cumplir no solo con los requisitos artísticos sino también con los financieros para pagar nuestros vuelos y claro la coreografía y la misma música se debe adaptar a este equipo”. AE\_1

“Bueno en ese sentido es triste, porque no siempre pueden viajar los mejores bailarines, eso sería lo mejor, pero todo depende de si pueden pagar su tiquete o no, y muchos de nosotros luchamos el día a día por lo que tener ese ahorro para el viaje no siempre es posible, otros piden préstamos para realizar el viaje y cuando regresan tienen que pagarlo, por lo que estas personas no podrán viajar todos los años por ejemplo. Entonces cada año la participación es diferente, hay que adaptarse a los compañeros y hacer la mejor representación posible.”. AE\_5.

“Como ballet nacional, este es nuestro trabajo, representamos nuestro país y los festivales son gestionados por el gobierno, pero nuestro salario es muy bajo, por lo que no siempre podemos viajar todos porque muchos tenemos otros trabajos donde hay que pedir permiso y una gira de festivales es por lo general como mínimo 10 días, así que no todos cuentan con la misma disponibilidad de tiempo para participar, por ese motivo, cada vez que tenemos un nuevo festival, nos aseguramos de tener dos secciones, la local y la internacional, así quedamos bien en las dos partes, quizás por ese motivo hemos ganado muchos concursos también”. AE\_2.

#### 5.4.1.3 Experiencia en festivales

La creación muchas veces viene influenciada por la experiencia previa en festivales por parte de los miembros más veteranos, donde aconsejan cada vez la forma de hacer las cosas entre los miembros más jóvenes del grupo, en este sentido los artistas presentan diferentes discursos relacionados con la técnica de ejecución o simplemente del día a día.

“No todos los festivales son iguales, en algunos la comida abunda y en otros escasea, algunas veces hemos tenido que bailar bajo un sol de 40 grados, increíble, con esto he aprendido a prever como vivir el festival, por lo que ahora por ejemplo algunos hacemos reservas de comida y frutas, en caso de que tengamos hambre en un trayecto entre festivales o por ejemplo mantenernos hidratados y adaptar nuestros vestuarios para el clima”. AE\_9.

“Tienes que contar que en un viaje internacional tu pagas por maleta y por peso, así que hemos depurado el diseño de nuestros trajes para que sean más livianos y los podamos transportar fácilmente, así mismo con los instrumentos, no siempre podemos cargar con los tambores grandes, así que construimos otros más livianos para poder llevarlos más fácilmente”. AE\_1.

“Como gestor de grupos les doy toda mi sabiduría de mi experiencia previa como artista, yo he vivido esas situaciones y trato de prepararlos para que puedan solventarlas fácilmente”. AE\_10.

#### 5.4.1.4 Motivación hacia el festival

El festival de folklore funciona a la vez como plataforma y como objeto de difusión, dentro de la gestión del grupo artístico, los grupos suelen asistir no solo como agentes difusores sino también como receptores tanto de las manifestaciones artísticas locales, como de las otras culturas presentes en el festival, generando con esto un intercambio cultural, el cual genera esa motivación de participación año tras año. Unido a este hecho, se hace presente la necesidad de hacer turismo por parte de los artistas, pues ven a la vez al festival como una forma de conocer el mundo.

#### **Intercambio cultural**

Este termino es el mas citado por los artistas, donde argumentan como conocen las verdaderas tradiciones de otros países y la importancia de estos acercamientos para dejar de lado las preconcepciones en torno a un país u otro.

“...A mí me encanta participar en festivales cada año, porque me da la oportunidad de compartir con otras culturas, en este festival, por ejemplo, cada noche nos reunimos y compartimos música, es increíble, es como tener una “jam”<sup>13</sup> pero de folklore, tienes ritmos africanos, instrumentos únicos, e inclusive tienes bailarines, es lo mejor...”.

AE\_3

“...para mí, mi mayor motivación siempre ha sido conocer otras culturas, diferentes formas de vida y comunicación, mira, muchos de mis amigos los he conocido en algún

---

<sup>13</sup> Termino utilizado para definir una reunión de músicos informal para improvisación musical. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/jam\\_session](https://es.m.wikipedia.org/wiki/jam_session)



festival, después nos encontramos en otro festival y así año tras año, si te cuento, prácticamente tengo sitio donde dormir en todo el mundo, me hace falta tiempo para visitarlos a todos”. AE\_8

## **Turismo**

El termino turismo por parte de los artistas es muy común pues consideran el festival como una plataforma no solo para dar a conocer su arte sino para conocer las atracciones en la región del festival.

“Cuando vienes a un festival, también vienes a conocer su cultura, su arquitectura, su historia, todo, de una forma más económica y más divertida que si solo vienes como turista, es una forma de conocer el mundo, haciendo lo que te gusta y conociendo desde adentro, desde la misma gente, su historia, sus costumbres, su cultura...”. AE\_2

“Además de las actuaciones, me encanta conocer la historia de los lugares a los que voy con el folklore, su gente, su historia, he conocido personas increíbles durante todos estos años viajando por festivales, así que cuando ellos van a mi país yo los puedo atender y compartir juntos nuevamente...”. AE\_1

“Yo siempre quiero mostrar lo verdaderamente lindo de mi país, que no todo sea malo, eso es lo más bonito de venir al festival, se muestran las tradiciones, la música, la danza, etc. Traemos siempre un mensaje de paz y unión de culturas, hacemos todo lo que los políticos no hacen, hablar entre hermanos”. AE\_7

#### 5.4.2 Conocimientos, competencias y valores de los artistas

Este segmento buscaba comprender la percepción de los artistas con respecto a sí mismos y al entorno, aquellas habilidades que se deben conseguir para ser una persona íntegra que participa en el festival de folklore y como en esta formación está presente siempre el patrimonio cultural inmaterial. En este sentido, el artista tiene muy en cuenta las diferentes acciones de salvaguarda del patrimonio, donde involucra tanto investigación etnográfica como artística, generando un producto que es difundido a través del festival.

En este sentido, los artistas coinciden en que las habilidades técnicas artísticas y todo lo relacionado con el arte y su creación tiene que ir ligado a un motivo más allá del conocimiento puramente artístico, el motivo principal en el festival es siempre el de difundir sus tradiciones, sus danzas y sus músicas, en definitiva, los elementos intangibles del patrimonio cultural.

“Cuando vienes a un festival, vienes con algo claro, sabes lo que tienes que bailar y tocar y lo tienes que hacer bien, porque es tuyo es tu identidad, lo has hecho desde niño, es como el idioma, no lo estudias, lo aprendes por tus padres, pues así mismo es el folklore, lo conoces, lo vives, lo sientes, lo interiorizas y finalmente lo transmites. Primero nos conocemos por dentro antes de presentarlo al público, sino trabajamos en equipo y no conocemos nuestra propia cultura ¿cómo podemos conocer a los demás?”.

AE\_9

“...Eso lo aprendes, es fácil, pero sino sabes el significado de lo que aprendes o porqué lo aprendiste no has hecho nada, muchos he visto que se unen a un grupo y solo lo hacen

por el viaje, pero tan pronto como vuelven al país se salen, por lo que lo más importante, más allá de conocer el baile como tal, es conocer el significado de lo que haces, con eso ya aseguras que lo que difundes, lo haces con el corazón y la gente lo aprecia”.

[Alexandra Rojas, bailarina colombiana]

“Yo me hice músico porque veía a mis padres tocar en las fiestas del pueblo, con toda la comunidad, me gustaba esa energía que sentía en ese momento, posteriormente, entendí que eso es lo más importante que tenemos para mostrar y me interesé por explorar más mi cultura, mis raíces”. [Ilgiz Yuldashbaev, músico ruso]

Ligado a esto, se presentan diferentes desafíos tanto artísticos como de gestión, donde se involucran sus valores y lo que hace que el artista desarrolle diferentes competencias personales pero que en su discurso tienden hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial.

“En mi grupo lo que busco con mis bailarines y músicos es que busquen su propio desarrollo personal, se les incita a primero mostrar respeto por su folklore y después por el de los demás, a conocer, a investigar sus tradiciones. Con esto se genera una apropiación y una sensibilidad por su riqueza cultural, cuando logran esto, lo demás, lo técnico y lo artístico se los enseño yo”. [Raul Adorno, director ballet Raices nuevas]

“...La experiencia me ha dado la capacidad de reafirmar mis tradiciones, de conocer mi país, el mundo y de entender que todas las expresiones culturales son válidas...”.

AE\_2.

“La comunicación en idiomas es muy importante y estos encuentros son una buena oportunidad para entendernos, cuando logramos eso, lo demás es más fácil”. AE\_8.

#### 5.4.3 Entorno de gestión

Los artistas están involucrados en un entorno de gestión que viene siendo manejado por la directiva del grupo artístico, esta gestión depende básicamente, en la mayoría de los casos, de acercamientos amistosos entre los grupos y los festivales como parte de la experiencia del festival en pasadas ediciones. En este sentido no se observa directamente una gestión metódica entre artistas y festivales como sucede en otro tipo de festivales<sup>14</sup> sino que viene dado más por cuestiones como una invitación personal o por recomendaciones influyentes. Son pocos los grupos observados gestionados por organismos gubernamentales. Las demás características corresponden a edad, estudios y origen.

Al igual que las organizaciones promueven la renovación generacional en sus directivas, en los grupos consolidados<sup>15</sup> es también observable este hecho, donde se presenta por norma general como una renovación familiar, pasando los hijos a dirigir el grupo y gestionar la participación en festivales y la producción artística.

“El grupo lo formó el padre de mi padre con unos amigos y este se consolidó en unos años, representando a Grecia en varios festivales en Europa más que todo, durante muchos años, desde hace 6 años lo dirige mi padre”. AE\_11

---

<sup>14</sup> Ver Cooley, 1999; Gómez, 2015; Pérez, 2016

<sup>15</sup> Se considera grupo consolidado aquellos que tienen más de 15 años de creación.

“Los chicos aprenden el zapateo desde muy pequeños, en Argentina ves que son muchos los grupos que se forman por los miembros de una familia, es muy común eso”.

[Verónica Funes, directora ballet desde el alma]

Es bastante constante las reafirmaciones hacia la difusión de las tradiciones que se dan en los grupos de artistas, aquí su discurso se enfoca primordialmente en dar a conocer su folklore y el compartir con otras delegaciones, que en definitiva es una aseveración hacia la difusión del patrimonio cultural inmaterial. Así pues, no se percibe una diferenciación en su discurso por parte de los más jóvenes con respecto a los mayores.

“Nuestra intención es que la gente conozca la cultura de nuestro país y que disfrute de nuestra tradición”. AE\_1 [46 años].

“Esto es lo que somos, no hay nada más puro que hacer algo que muestra lo que realmente es nuestro país, así la gente se da una idea y nos puede visitar, no solo somos turismo en Grecia”. AE\_11 – [17 años].

Dentro del entorno de gestión individual, se presentan diferentes situaciones, que se engloban en cuatro diferentes perfiles. El primero es el de la categoría de estudiantes, financiados básicamente por sus familiares, la segunda categoría corresponde a los profesionales, en donde se distingue dos grandes grupos, uno corresponde a la categoría de docentes y el otro a otros profesionales, todos ellos se financian por sus trabajos como profesionales, limitando con esto su participación en festivales solo por temporadas, a su vez, dentro de la categoría de docentes se distinguen dos grupos, uno es el de docentes de la danza

y la música, y el otro el de docencia en otras áreas profesionales. La tercera categoría corresponde a la familia, es decir, aquellos grupos conformados principalmente por miembros de una familia, quienes su formación fue dada por sus familiares, lo que a su vez llevan la dirección del grupo. La última categoría corresponde a aquellos artistas formados de forma empírica sin formación académica respectiva en ninguna de las áreas artísticas. Esta categorización se observa en la figura 156.

Fig. 156: Perfil de los artistas de acuerdo con estudios tomados del estudio cualitativo.



Fuente: Elaboración propia.

Los discursos de los artistas en cuanto a su entorno personal sobre su valoración hacia el patrimonio cultural inmaterial reincidenten en la importancia de participar en el festival como plataforma de difusión para su arte autóctono, como una reivindicación de su historia popular. En este sentido no se observan diferencias significativas en su discurso con respecto al nivel y al área de estudios de estos.

“Esto lo llevo haciendo desde que era niño, he pertenecido al grupo desde que tenía 8 años, ahora tengo 24 y soy profesor de la escuela, desde que empecé era muy consciente de que esto es lo que quería hacer en mi vida, y mostrarlo al público, estoy muy orgulloso

de donde soy y de lo que representa Caucasia para mí”. [Asamat Ramaohob, Bailarín Osetia del Norte. -Empírico-].

“Bueno yo trato de enseñar a mis alumnos la riqueza inmaterial del país, no solo la técnica del baile como muestra estética sino su origen y su razón de ser, al final, cuando me llevo algunos de ellos a una gira, lo toman más en cuenta y se dan cuenta de la importancia de preservar estas tradiciones, porque son muy bonitas e impactan en cualquier parte a donde vayan”. AE\_7 – Docente danza- Máster.

“Yo compagino mi trabajo como docente en educación física con énfasis en danza con el trabajo del ballet nacional, muchas veces tengo que dejar reemplazo en mi puesto como docente para poder asistir a algún festival, me llena como persona y me da mucha satisfacción representar nuestras danzas autóctonas”. AE\_2. – Docente - Profesional

“Una vez renuncié a mi trabajo para poder viajar a una gira con el grupo, el trabajo era bueno, pero me pudo más viajar y representar al país, me llena más eso”. AE\_5. – Otros profesionales.

“Lo bueno de ser docente es que puedes viajar a los festivales durante la temporada de receso escolar, es la mejor forma de vivir creo yo...”. AE\_9. Docente-Danza.

Así mismo, con respecto a la zona demográfica, es evidente la mayor presencia de grupos originarios de Europa, sin importar el lugar del festival, el número y variedad de países europeos se hacen presentes en los festivales, evidenciándose más la presencia de grupos

procedentes de Europa del este, esta distinción se hace después de suprimir los grupos provenientes de las zonas fronterizas más cercanas al lugar del festival. Pero este hecho no solo afirma la cantidad de representaciones sino la cualidad en la que se distingue la transmisión del patrimonio cultural inmaterial en los festivales de folklore como plataforma de difusión.

#### 5.4.4 Titularidad y modelos financieros de participación en un festival de folklore

Estos dos aspectos del grupo artístico dependen de su accionar en sus localidades de origen, en esta tesis, se logró identificar que la mayoría de ellos corresponden a entidades privadas sin ánimo de lucro con modelos financieros directos, los casos de titularidades públicas no se lograron identificar, sin embargo, en su modelo financiero sí que existen algunos apoyos por parte de las administraciones para la representación del grupo en algún festival. Dentro de su discurso, los responsables de proveer esta información fueron los directores de los grupos, en donde se enmarca el poco o nulo apoyo por parte de entidades gubernamentales para facilitar estos encuentros.

“Mira mi ballet tiene más de 35 años de historia, somos un grupo representativo de la región, hemos formado a un centenar de bailarines durante esta época y hemos representado a la Argentina en varios festivales a nivel internacional, pero tristemente nunca en nuestra historia hemos recibido ayuda de ningún gobierno, ni local, ni provincial ni mucho menos estatal. Todos nuestros ingresos provienen de las escuelas de formación, y el aporte de cada miembro para cubrir sus gastos de vuelos y seguros”.

[Raul Adorno, Director Ballet Raíces Nuevas].



“Las ayudas se las llevan los amigos de los políticos, los que de alguna u otra forma están metidos en la política y buscan sacar provecho, nunca es un proceso competitivo, las ayudas de estímulos nunca recibes una retroalimentación que te permita mejorar, y en el plano local el alcalde está más metido en ver como producen sus vacas que de la cultura”. AE\_5.

“La verdad nunca hemos tenido una ayuda del estado, de hecho, no recuerdo que los antiguos recibieran alguna ayuda en los transportes para un festival, siempre ha sido que cada uno pague lo suyo”. AE\_11.

Igualmente, aquellos que perciben ayudas públicas, consideran de gran relevancia los ámbitos de calidad artística, lo cual los diferencia de otros grupos y por lo que consideran son merecedores de esa ayuda.

“Nosotros proponemos algo diferente a los demás, mezclamos nuevas manifestaciones, ensayamos todos los días, pulimos nuestras coreografías, estamos unidos los músicos y los bailarines, tratamos de crear espectáculos de alta calidad artística, eso nos hace que confíen en nosotros y por eso nos apoyan”. AE\_2.

“El grupo se formó para difundir las tradiciones populares de Algeria, desde el inicio ha sido un grupo apoyado por la administración pública, pero lo gestionamos de manera privada, tenemos un presupuesto anual y con ello tenemos que trabajar, tanto en nuestro país como en los festivales que participamos”. AE\_1.

“Nuestro grupo es el único en la región que posee ayudas del estado, pero nos lo hemos ganado a pulso, por eso hemos recibido varios premios como al mejor grupo de nuestro estado en los últimos años, nuestros bailarines y músicos no pagan nada por sus gastos, los vuelos y seguros están cubiertos por esta ayuda del gobierno”. AE\_6.

“Nosotros organizamos un festival en Nepal, en el que invitamos a varios grupos todos los años, esto lo organizamos nosotros a cambio de la financiación para también participar en otros festivales, es decir, lo que recibimos también lo trabajamos cuando organizamos nuestro festival, así ellos (el gobierno) confían en nosotros y nosotros nos centramos en generar un buen producto artístico folclórico”.AE\_9.

#### 5.4.5 Uso de aplicaciones digitales, internet y redes sociales

El uso de la nueva tecnología es algo que ocurre de forma natural en estos días en el mundo de los festivales de folklore, para los artistas esto ha significado un gran avance sobre todo en las comunicaciones con los festivales para generar red de contactos y para la comunicación personales.

El principal uso, es la promoción de sus actuaciones, la grabación de material audiovisual y la comunicación en general del grupo con festivales y público.

“Antes teníamos las típicas cámaras de fotos de rollo, las antiguas y con eso hacíamos nuestro estudio, o a veces pagábamos a uno profesional que nos hacía el estudio y tardábamos unas dos semanas en tenerlas listas, la promoción la hacíamos por correo postal, cuando obteníamos algún contacto extranjero, o simplemente llamábamos, esa

era la forma de contacto antes, ahora todo lo hacemos por email o Facebook”. [Olga Andreeva, directora ballet Krujeva Laces]

“Básicamente usamos el email para contactar festivales y amigos, otra forma es usar el teléfono, pero cada vez es menos común. Para la promoción local lo promocionamos por la radio y tratamos de involucrar la televisión en algunos eventos importantes”.

AE\_1

“Nosotros tenemos de todo, Facebook, Instagram, YouTube, ahí subimos casi todos nuestros espectáculos y le damos difusión, por esos medios nos contactan y hacemos casi toda la gestión de forma virtual”. AE\_8

“La forma más económica y eficiente de hacer promoción es por redes sociales, hacemos los contactos, luego en YouTube enviamos nuestros videos promocionales y finalmente por email confirmamos todo, si vamos de gira también hacemos el contacto por internet, muchas veces hago *Streaming* de las presentaciones del grupo y tenemos buena audiencia...”. AE\_10.

“Yo la verdad no entiendo mucho de eso, pero mis hijos son los que hacen los contactos, y lo hacen por el Facebook y por el WhatsApp. También tenemos amigos en los periódicos locales, los cuales nos ayudan a difundir por prensa de las actividades del grupo”. [Raul Adorno, director ballet Raices nuevas]

“En nuestra página subimos todo el contenido multimedia y en el blog contamos las experiencias que vamos teniendo en festivales, así mismo informamos de las presentaciones que tenemos de normal en la ciudad”. AE\_11

## CONCLUSIONS

### **Study conclusions**

In this chapter, the main conclusions of the profile analysis of the participating artists and the director of the folklore festival will be presented, along with the different statistics obtained as part of this study.

This research focuses on analyzing the management of folklore festivals, concentrating on the profiles that make the festival possible: both the director as the person responsible for the transference of intangible cultural heritage, and the participating artist who is the appropriator of that heritage. Together, they use the festivals to spread this heritage and create ties of co-operation and an inter-cultural dialogue.

Folklore festivals play an important role in the distribution and enhancement of intangible cultural heritage. They have established themselves as an excellent platform to achieve this goal in recent decades, gaining greater importance since the 2003 UNESCO convention and developing with the evolution of technology and the internet.

As verified throughout this research, the evolution of folklore festivals within the typology of cultural events has received positive reception from organizations committed to the transmission of intangible cultural heritage. They, therefore, become a distribution tool of huge interest.

This research has studied the significant relationships between the variables that define and determine the executive profiles adopted by the management of events and festivals. It also

examines the effects of these on the safeguarding of intangible cultural heritage within the management of folklore festivals.

Tables 63 and 64 summarize the hypotheses of this research, which resulted from completion of a variety of statistical analysis paired with in-depth interviews and discussion groups.

In the global framework of this research, the intention was to discover, from the perspective of cultural management, the importance of folklore festivals in the appropriation and enhancement of intangible cultural heritage through its main actors, the manager or director of the festival and the participating artists. It was determined that folklore festivals are crucial to the cultural dialogue of the society, an important element belonging to the intangible cultural heritage and that UNESCO pursues as its objective.

Reflecting on the importance of the festival for the safeguarding of intangible cultural heritage, new technologies have been a key element for both the conveyance of management skills and elements of heritage, bringing people closer and gradually removing political and linguistic barriers.

Table 63: Verifying Hypotheses for Folklore Festival Directors

<b>Folklore festival director management hypothesis</b>		
<b>Code.</b>	<b>Statement</b>	<b>Fulfilled</b>
HD1	Directors of folklore festivals will devote more management time to economic, financial, etc. activities over actions leading to the safeguarding of intangible cultural heritage	⊕
HD2	Directors consider aesthetic aspects more important than elements of intangible cultural heritage in the process of selecting groups participating in the festival	⊕
<b>Folklore Festival Manager Hypothesis</b>		
HD3	Directors will consider knowledge, skills and values related to intangible cultural heritage more important than those related to management	✓
HD4	Older directors will value aspects of intangible cultural heritage more than younger directors	✓
HD5	Directors with studies closer to areas related to the human, social and artistic sciences will value the aspects of intangible cultural heritage more	⊕
HD6	The higher the level of education of the directors, the greater their assessment of intangible cultural heritage will be	✓
HD7	The longer the director has been in the position, the greater their valuation in aspects of intangible cultural heritage will be	✓
HD8	In Europe there will be a greater and more varied offer of festivals aimed at spreading intangible cultural heritage	⊕
<b>Hypothesis on the use of technology and the internet</b>		
HD9	The festivals will be present on at least one social network and will have a website	✓
HD10	Directors will passively use networks and applications during the festival phases: pre, during and post festival	χ
<b>Assumptions about ownership and financial models</b>		
HD11	Festivals owned by public or private non-profit organizations will put aspects related to intangible cultural heritage ahead of others of a lucrative nature	✓
HD12	Festivals with financial models based on direct benefits will put economic characteristics before aspects related to intangible cultural heritage	✓
<b>Hypothesis on feasibility, resources and impacts</b>		
HD13	Directors will consider the festival's resources related to the management of the event to be more important for the development of the festival than those related to intangible cultural heritage	✓
HD14	Directors will consider the impact of the spread of intangible cultural heritage more important than the economic impact	✓

✓: The hypothesis has been reached. χ: The hypothesis has not been reached. ⊕The hypothesis has partially been reached



Table 64: Verification of Hypotheses for Artists Participating in Folklore Festivals

Hypothesis of artistic creation by the artists participating in the folklore festival		
Code.	Statement	Fulfilled
HA1	Artists will use elements of intangible cultural heritage to create music and dance, trying to maintain their folklore in an authentic way	✓
HA2	Artists will consider the artistic display of folklore festivals as spreading their intangible cultural heritage	✓
Hypothesis about the environment of the artists		
HA3	Older artists will value aspects of intangible cultural heritage more than younger artists	χ
HA4	Artists with studies closer to areas related to the human, social and artistic sciences will give more value to the aspects of intangible cultural heritage	⊕
HA5	The higher the level of education of the artists, the greater their assessment of intangible cultural heritage will be	χ
HA6	In Europe there will be a greater and more varied offer of participating groups aimed at spreading intangible cultural heritage	χ
Hypothesis on the use of technology and the internet		
HA7	Artists will be present on at least one social network and will have a website	✓
HA8	Artists will actively use networks and applications during the festival phases: pre, during and post festival	✓
Assumptions about ownership and financial models		
HA9	Public ownership or private non-profit arts groups will put more aspects related to intangible cultural heritage over others of a lucrative nature	⊕
HA10	Artists who have public grants will guide the aspects of intangible cultural heritage more than academic/artistic fields	χ

✓: The hypothesis has been reached. χ: The hypothesis has not been reached. ⊕The hypothesis has partially been reached

This research has shown how folklore festivals are a perfect combination between event management and passion for the cultural heritage of society. In the case of festival creators, the director's profile includes professional and empirical training in the field of folklore, which in many cases is the main reason for the survival of the folklore festival.

This work is the first study relating to folklore festivals from an academic field focusing on the subjects that make it possible. There are many events and actions that take place surrounding folklore festivals, which could be of interest to future works. The study aims to highlight both the festival, the framework of cultural events and the dance-musical heritage of

the people participating in the festival. It allows space for future analysis as the results shown here are still partial, giving reason to continue with this line of research.

Also, in reference to the theory:

- It has been identified through the evolution of event management that there is increasing interest in studying it both in theory and practice, integrating this academic and professional relationship for the development of the profession, especially for folklore festivals that do not yet have this type of conceptual application. This thesis is presented as the first step to analyzing folklore festival management with a focus on the manager and the participating artist.
- The analysis of folklore festival management has allowed an understanding of the importance that folklore festivals generate as a tourist product for the area in which they take place, and the added cultural value to the community. It, thus, allows the integration of safeguarding and transmission of the heritage, and the benefit of tourism to the region.
- The research describes the theoretical foundations of intangible cultural heritage, folklore festivals and the role of the artist and manager.
- Actions to safeguard intangible cultural heritage are true efforts within the folklore festival, presenting themselves as crucial elements both to keep cultural traditions alive and to make them known to the whole world. They generate a cultural dialogue between people; this is only possible at the time of the festival and becomes palpable with the exchange between the participating artists within the framework of the festival.

- The way folklore festivals are managed presents some notable differences, which cannot all be catalogued within the same classification, but their objective always coincides with the revaluation of traditional music and dance.
- Folklore festivals have an important advantage over other types of festivals in that their management includes the local community, for example, festivals in Holland, Belgium, Germany, France and Mexico. Festivals in which management strategies arise within the community involve hospitality, transportation, food and part of the logistics of the festival.
- Through the analysis of folklore festival managers and the participating artists in this thesis, it has been possible to verify their importance in the appropriation and value of intangible cultural heritage, whereby it is necessary to design new actions to put these festivals on the map, with the application of cultural policies at a European and global level.
- This thesis has identified the organic process followed in the organization of folklore festivals. It has identified the little or no professional management exists in these types of festivals, highlighting the need for more advanced studies relating to the management of events and knowledge of cultural wealth.
- Folklore festivals reaffirm the socio-cultural importance of the local area, generating national pride and, in many cases, acting as instruments of political or religious promotion, for example in (Catalonia) Spain, Greece and Turkey.

- The research provides an exclusive, in-depth analysis of folklore festival management, one of the first non-anthropological studies in this area.
- The theoretical references show the folklore festival as one of the first festivals to occur worldwide, originating solely from folk music. However, it will take better management to rise to a higher level and have stable programming and management.
- One of the artistic fields that has not yet been developed is that of the teachings of folk dances and music at a professional level. Therefore, this thesis presents an opportunity to explore integrating these teachings in academics. The artists analyzed in this study stress the need for professional teachings from the first semester of academic courses.
- Management as a discipline for artists seems to be a forgotten subject within their training, so great artistic quality can be present but often with little or no training in management. This results in issues such as late confirmation of their participation in the festival, frequent last-minute cancellations, relying on a single source of funding, or having to wait for confirmation from the members of the group.
- Within events and tourism theory, a poorly managed festival or one with weaknesses in its planning generates a bad reputation for both the local area and the artists. Some festivals are held in order to use up an annual public budget, so planning is not a priority, which is reflected in the artists' low evaluation of the festival.

In reference to the empirical study:

- The valuations given by the directors on the management activities and the influences on the selection of artists participating in their festivals have proven to be quite varied, with no obvious trend towards the areas of management or intangible cultural heritage. Therefore, these two hypotheses have been partially met. The data shows that there are significant affiliations in both areas, which is also reflected in the qualitative work. In this sense, the directors indicate that the activities aimed at intangible cultural heritage have to be fulfilled before starting with the same management of the festival. They also show great concern for the renewal of the management roles and the professionalization of the manager, with the necessary understanding of the local intangible cultural heritage before conducting a festival.
  
- Referring to the manager of folklore festivals and in relation to the knowledge, competencies and values of the managers, they present a common relationship in affirming the need to know the artistic background of their region before undertaking any management work, since this type of festival requires artistic awareness and cultural significance before management.
  
- As for the age of the directors, older directors gave higher valuations, confirming the hypothesis raised. In addition, age presents significant relationships with the impacts, the resources of the festival and the competencies of the manager. This is also confirmed by the directors themselves in the discussion groups because they present a discourse related to the previous experience that an artist must have, thus confirming experience as the best way to assess aspects of intangible cultural heritage.

- The term cultural tourism has also been extracted from the directors own discourse, affirming the need to have the festival as a tourist offering of the region and implying the need to get to know other cultures as part of its tourist offer.
- The area of study does not restrict one profession or another towards the assessment of cultural heritage. In fact, the valuations are high in this area regardless of whether the area is linked to the arts, humanities or social sciences. In addition, this variable has also presented significant relationships with the impacts and resources of the festival in the fields of management.
- In relation to the level of studies, the collective of festival directors show a great appreciation of intangible cultural heritage, especially at a professional and post-graduate level, showing not only previous experience in the artistic (non-professional) branches but also a great knowledge of popular culture and cultural diversity.
- As for gender, females make up a third of the total number of directors. This fact, although not equal, is much greater in relation to studies of other types of festivals (as shown in section 5.1).
- Europe, as seen on the festival database, offers most of the festivals worldwide, with almost three quarters of the total. The offers are very varied, presenting different forms of management that would be interesting to analyze in future works. However, even though directors claim that the spreading of intangible cultural heritage is fulfilled by most festivals, they also say that festival management organizations have to draw on the

distinction between Eastern Europe and Western Europe in the reporting of their festivals. In addition, this variable presents significant relationships with management activities, influences on the selection of artists, the competencies and values of the manager, the resources and the impacts of the festival more towards the management fields with a mixed response in the different demographic areas.

- The ownership and financial model of the festival play an important role in the management of directors as the role of the public administration is very present, always giving a very high value in the areas of intangible cultural heritage but depending economically on the administration or the direct benefits. This in turn presents a direct relationship with the resources and impacts of the festival. Without the economic resources (dependent on the management field) there would be no impact on the dissemination of intangible cultural heritage.
- The artistic creation to participate in the festival is directly related to the need to transfer its intangible cultural heritage. The first objective of artists is to try to show traditions in the most authentic way possible. Their discourse tells of the research that they must follow to internalize their music and dance, and then adapt it to the festival format, which also requires the creation of professional staging to entertain the public.
- As for the environment for the artists, there is no direct relationship between age, the level of studies and their origin in the assessment of the areas of heritage. The observations and interviews showed similar discourse with respect to these variables. Only the area of study

presents some relationships to the artistic and social areas; however, the other areas also present positive assessments, so the hypothesis is partially met.

- As for the ownership of the groups, they value in the same way the aspects of intangible cultural heritage so that there are no significant differences between public and private. Their discourse focuses on the use of the festival as a platform for spreading its traditions.
  
- The artistic groups with public funding orient their work more in the application of the classic artistic elements of ballet and music to its staging, so that the aspects of authenticity are transgressed, presenting performances of a high artistic level with certain influences of folklore. However, their direction is the beauty of classical ballet.



### **Study limitations**

The main limitations of the research are the limited information found by the management of folklore festivals and the difficulty of finding these models by the directors interviewed: their organization mostly control this information with care.

The management of folklore festivals often changes every time the politician changes, so the data from previous editions are more complicated to locate. Defining the development of folklore festivals has been used with the analysis of the discourses of the directors through interviews and archival searches.

To understand the phenomenon at the time of the festival, it was necessary to manage the participation of the artistic groups in the folklore festivals. This management took a significant amount of time, with its highs and lows, and was dependent on the professional skill of the doctoral student carrying out these participations. It was necessary to have a wide appreciation of a whole variety of aspects within and outside the field of the academic study.

### Works from the thesis and future lines of research

Within the development of this thesis, some work should have been carried out in short term, table 65 shows a summary of the work to be followed from the research presented.

Table 65: Work from research

Work from research	Proposed date	Projected date
Documentary film "Folklore Backside"	Prod: Jul-Aug / 2020 Pos-prod: Dec / 2020	Jul-Aug / 2021 Pos-prod: Dec / 2021
Power of inheritance: Research process of world festivals and general analysis of international folk arts	Sep-2020	Sep/Nov-2021
QCA of 3 festivals managed differently	Sep-Nov / 2020	Mar-May / 2021
Case analysis of the Valencian community folklore festival. What happened to the festival? Artists show great memories, cataloguing it as one of the best in which they have participated	Oct/2020	---

Source: Own elaboration

Once the objectives of this research are completed, different doors will be opened to future lines of research in relation to the world of cultural management, festivals, and cultural tourism typical of folklore festivals.

- One of the interesting fields of study is to compare qualitatively the different forms of management found in folklore festivals that have managed to remain in a stable way year after year and be able to propose follow-up strategies by the newly created festivals.

- Analyze the tourist impacts of these festivals by specific areas of study (e.g. festivals of the Mediterranean area, Eastern Europe, Oceania, etc.) acting as pilot tests or the festival as a lever of the sector, analyzing how its management would develop the region.
- Specific changes in government and how their policies affect the introduction of new, and continuation of existing, festivals.
- Propose fields of artistic teaching at a professional level in the folklore field and cultural management for artists based on experience in international representation in festivals.
- Proposal to carry out folklore festivals through public policies and as a result of research in the generation of political and cultural claim offers in historically exploited areas (such as Africa and Oceania) giving opportunities for indigenous peoples to claim their identity, fostering cultural exchange in these regions.
- Finally, other future research goes through the application in management folklore festivals followed by other types of festivals that have proven to succeed not only for the community but also for tourism and the local economy.
- In the long term, the most interesting research would be to understand what generational renewal has been like in the management of folklore festivals.

In short, multiple and diverse paths are opened in this field that are interesting and would represent significant contributions to the scientific community, understanding not only the

areas of cultural management but also cultural tourism and intangible cultural heritage, all present in the folklore festival.

## BIBLIOGRAFIA

- Agudelo, C. E. (2001). Nuevos actores sociales y relegitimación del estado. *Análisis político*, 43, 1–33. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/colombia/assets/own/analisis43.pdf>
- Agudo, J. (2012). Patrimonio etnológico y juego de identidades. *Revista Andaluza de Antropología*, 2, 3–24. <https://doi.org/10.12795/RAA.2012.i02.01>
- Agudo, J. (2016). La valoración del patrimonio inmaterial en España y Japón. Una breve reflexión comparativa. En A. Gómez Aragón (Ed.). *Japón y occidente. El patrimonio cultural como punto de encuentro* (pp. 235–246). Sevilla: Aconcagua Libros. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/654205.pdf>
- Allen, J. (2009). *The business of event planning. Behind the scenes secrets of Successful Special Events* (2ª ed.). Ontario: Wiley.
- Allen, P. (2012). *Artist management for the music business* (2ª ed.). New York: Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780080927503>
- Allen, J., O’Toole, W., McDonnell, I., & Harris, R. (2005). *Festival and Special Event Management*. Londres: Wiley.
- Andersson, T., & Getz, D. (2007). Resource Dependency, Costs and Revenues of a Street Festival. *Tourism Economics*, 13(1), 143–162. <https://doi.org/10.5367/000000007779784443>
- Andersson, T., & Getz, D. (2008). Stakeholder Management Strategies of Festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 9(3), 199–220. <https://doi.org/10.1080/15470140802323801>.
- Andersson, T., & Getz, D. (2009). Tourism as a mixed industry: Differences between private, public and not-for-profit festivals. *Tourism Management*, 30(6), 847–856. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.008>.

Appadurai, A. (1996). *Modernity at large. Cultural dimensions in globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Arcodia, C., & Barker, T. (2002). A review of web-based job advertisements for Australian event management positions. *Journal of Sport & Tourism*, 7(3), 23–25. <https://doi.org/10.1080/10295390208718727>

Arcodia, C., & Robb, A. (2000). A future for event management: a taxonomy of event management terms. En J. Allen, R. Harris, L. Jago, y A. J. Veal (Eds.). *Events beyond 2000: Setting the agenda: Proceedings of conference on event evaluation, research and education, Sydney, July 2000* (pp. 154–160). Sydney: Australian Centre for Event Management. Recuperado de <https://www.uts.edu.au/sites/default/files/Eventsbeyond2000.pdf>

Arcodia, C., & Whitford, M. (2006). Festival Attendance and the Development of Social Capital. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 1–18. [https://doi.org/10.1300/J452v08n02\\_01](https://doi.org/10.1300/J452v08n02_01)

Ariño, A. (1992). La Fiesta de las Fallas. Una liturgia civil del valencianismo temperamental. *Revista de Antropología Social*, 1, 29–60. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/RASO/article/view/RASO9292110005A/10625>

Ariño, A. (2002). La expansión del patrimonio cultural. *Revista de occidente*, 250, 129–150. Recuperado de [http://personal.us.es/jhernan/uploads/images/Patrimonio%20Cultural%20Etnológico/Ariño\\_Rev.Occ.pdf](http://personal.us.es/jhernan/uploads/images/Patrimonio%20Cultural%20Etnológico/Ariño_Rev.Occ.pdf)

Ariño, A. (2009). La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas. En G. Gatti Casal de Rey, I. Martínez de Albeniz Ezpeleta, y B. Tejerina Montaña (Coords.). *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento* (pp. 131–156). Bilbao: Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://www.academia.edu/1198690/>

Baker, R. (1998). Academic programs in folklore. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 4-6). New York: Garland publishing INC. Recuperado de <http://1.droppdf.com/files/IlMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

Baocheng, K., Baron, R., & Dun, W. (2014). States of the Folklore Profession in China and the United States: A Trialogue. *The Journal of American Folklore*, 127(505), 264. <https://doi.org/10.5406/jamerfolk.127.505.0264>

Bericat, E. (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.

Berlongui, A. (1990). *Special event risk management manual*. Mansfield, Ohio: Bookmasters.

Berridge, G. (2014). *Event Experiences: Design, Management and Impact* (Tesis doctoral). University of West London. Recuperado de <https://repository.uwl.ac.uk/id/eprint/1374/1/Graham%20Berridge%20PhD%20Thesis%20M arch%202015.pdf>

Bianchini, F., & Parkinson, M. (eds.) (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.

Bianchini, F., & Maugham, C. (2003). *Festivals and the Creative Region*. Leicester: De Monfort University.

Blešić, I., Pivac, T., Stamenković, I., Besermenji, S., & Marković, S. (2014). Investigation of visitor motivation of the exit music festival (The Republic of Serbia). *Journal of Tourism – Studies and Research in Tourism*, 18, 8–15. Recuperado de <http://revistadeturism.ro/rdt/article/download/145/188>



Bonet, L. (2011). Tipologías y modelos de gestión de festivales. En L. Bonet, y H. Schardorodsky (Eds.). *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas, debates* (pp. 41-87). Barcelona: Gescènec. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escénicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>

Bonet, L., & Villarroya, A. (2009). La estructura de mercado del sector de las artes escénicas en España. *Estudios de Economía aplicada*, 27(1), 197-222.

Boo, S., & Busser, J. A. (2006). Impact Analysis of a Tourism Festival on Tourists Destination Images. *Event Management*, 9(4), 223–237. <https://doi.org/10.3727/152599506776771562>

Bouchenaki, M. (2004). Editorial. En UNESCO, *Patrimonio inmaterial. museum international 221-22* (pp. 7-12). UNESCO. Recuperado de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852_spa)

Bourdieu, P. (1999). Capital cultural, escuela y espacio social. *Revista Mexicana de Sociología*, 61(1), 199. <https://doi.org/10.2307/3541220>

Bourdieu, P. (2006). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto* (3. ed). Madrid: Taurus.

Bowdin, G., McDonnell, I. Allen, J., & O’Toole, W. (2001). *Events management*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Bowdin, G. A. J., McPherson, D. G., & Flinn, J. (2006). *Identifying and analysing existing research undertaken in the events industry: A literature review for People1st*. Leeds: Association for Events Management Education. Recuperado de <https://docplayer.net/18335333-Identifying-and-analysing-existing-research-undertaken-in-the-events-industry-a-literature-review-for-people1st.html>

- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2007). *Events management*. London: Routledge.
- Brent Ritchie, J. R., & Beliveau, D. (1974). Hallmark events: An evaluation of a strategic response to seasonality in the travel market. *Journal of Travel Research*, 13(2), 14–20. <https://doi.org/10.1177/004728757401300202>
- Brown, S., & James, S. (2004). Event design and management: Ritual sacrifice? En I. Yeoman, M. Roberon, J. Ali-Knight, S. Drummond y U. McMahon-Beattiel (Eds.). *Festival and Events Management* (pp. 53-64). Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5872-0.50009-0>
- Cadaval, O., & Diaz-Carrera, C. (2014). The Smithsonian Folklife Festival and Cultural Heritage Policy in Colombia: A Case Study. *Curator: The Museum Journal*, 57(4), 423–436. <https://doi.org/10.1111/cura.12083>
- Calvo, J. (2016). *Generación de experiencias de ocio en los festivales de música. Propuesta de enseñanza-aprendizaje para el desarrollo del gestor experiencial* (Tesis doctoral). Universidad de Deusto. Recuperado de <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=PCK%2F8IINFE4%3D>
- Campos, G. (2008). *Producción de eventos: La puesta en escena del protocolo*. Madrid: Protocolo.
- Campos, B. S., Hernández I Martí, G.-M., & Moncusí, A. (2008). Patrimonio etnológico e identidades en España: Un estudio comparativo a través de la legislación. *Revista de Antropología experimental*, 8, 207–223. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10550/2146>

Carreño, T. (2014). *La gestión de festivales en tiempos de crisis: análisis de las estrategias financieras y laborales e impacto de la recesión económica* (Tesis doctoral).

Universitat de Barcelona. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2445/54565>

Carrera Díaz, G. (2005). La evolución del patrimonio (inter) cultural: Políticas culturales para la diversidad. *PH cuadernos. Patrimonio inmaterial y gestión de la diversidad*, 14–29. Recuperado de <https://www.academia.edu/10644819>

Chanchreek, K.L., & Jain, M.K. (2007). *Encyclopedia of great festivals*. Nueva Delhi: Shree Publishers & Distributors.

Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702–719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6).

Chaves, M., Montenegro, M., & Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de antropología*, 46(1), 7–26. Recuperado de [http://www.icanh.gov.co/recursos\\_user/documentos/editores/124/RCA\\_Vol\\_46\\_No\\_1/v46n1a01.pdf](http://www.icanh.gov.co/recursos_user/documentos/editores/124/RCA_Vol_46_No_1/v46n1a01.pdf)

Choay, F. (2007). *Alegoría del patrimonio*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Clotas, P. (2009). *El patrocinio empresarial*. Barcelona: Ediciones LIDT.

Cohen, A. (1982). A polyethnic London carnival as a contested cultural performance. *Ethnic and Racial Studies*, 5(1), 23–41. <https://doi.org/10.1080/01419870.1982.9993358>

Colomer, J., & Carreño, T. (2011). El paisaje de los festivales escénicos en España. En L. Bonet, y H. Scharodorodsky (Eds.). *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas, debates* (pp. 127–149). Barcelona: Gescènic. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escenicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>

- Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (2011). *Etnicidad S.A.* Buenos Aires: Katz.
- Cominelli, F., & Greffe, X. (2012). Intangible cultural heritage: Safeguarding for creativity. *City, Culture and Society*, 3(4), 245–250. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2012.10.003>
- Congdon, K. (1998). Art folk. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 90-100). New York: Garland publishing INC. Recuperado de <http://1.droppdf.com/files/ILMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>
- CONSEJO EUROPEO. (1992). *Carta de la Valetta*. Recuperado de [http://www.arantigua.es/mediapool/112/1124138/data/Internacional/Carta\\_de\\_La\\_Valetta\\_sobre\\_la\\_proteccion\\_del\\_patrimonio\\_arqueologico\\_1992\\_.pdf](http://www.arantigua.es/mediapool/112/1124138/data/Internacional/Carta_de_La_Valetta_sobre_la_proteccion_del_patrimonio_arqueologico_1992_.pdf)
- Cooley, T. J. (1999). Folk Festival as Modern Ritual in the Polish Tatra Mountains. *The World of Music*, 41(3), 31–55. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/41699291>
- Cooper, J. C. (1995). *Dictionary of festivals*. Londres: Thorsons.
- Corbetta, P. (2007). *Metodologías y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw Hill.
- Cowan, J. (1990). *Dance and the Body Politic in Northern Greece*. Princeton: Princeton University Press.
- Crespi-Vallbona, M., & Richards, G. (2007). The meaning of cultural festivals: Stakeholder perspectives in Catalunya. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 103–122. <https://doi.org/10.1080/10286630701201830>
- CRESPIAL. (2008). *Estado del arte del patrimonio cultural inmaterial*. Centro regional para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de América Latina. Recuperado de [http://www.crespial.org/public\\_files/1282942676.pdf](http://www.crespial.org/public_files/1282942676.pdf)

CRESPIAL. (2010). *Patrimonio cultural inmaterial latinoamericano-Fiestas* (1st ed.). Centro regional para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de América Latina. Recuperado de [http://www.crespial.org/public\\_files/1284755093.rar](http://www.crespial.org/public_files/1284755093.rar)

CRESPIAL. (2013a). *Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de los afrodescendientes en América Latina 1* (1st ed., Vol. 1). Centro regional para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de América Latina. Recuperado de [http://www.crespial.org/public\\_files/1405526211.pdf](http://www.crespial.org/public_files/1405526211.pdf)

CRESPIAL. (2013b). *Salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de los afrodescendientes en América Latina 2* (1st ed., Vol. 2). Centro regional para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de América Latina. Recuperado de [http://www.crespial.org/public\\_files/1405526591.pdf](http://www.crespial.org/public_files/1405526591.pdf)

Creswell, J. (2003). *Research design. Qualitative, quantitative and mixed methods approaches (2nd ed)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Cudny, W. (2013). festival tourism – the concept, key functions and dysfunctions in the context of tourism geography studies. *Geographical journal*, 65(2), 105–118. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/287956579>

Cudny, W., & Ogórek, P. (2014). Segmentation and motivations of the attendees' of the Mediaschool Festival in Łódź, Poland. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 24, 41–56. <http://dx.doi.org/10.2478/bog-2014-0013>

Cuenca, M. (2001). *Bancos de imágenes (investigación, conservación y difusión del patrimonio cultural)* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <https://riunet.upv.es/handle/10251/7421>

De Bres, K., & Davis, J. (2001). Celebrating group and place identity: a case study of a new regional festival. *Tourism Geographies*, 3(3), 326–337.

<https://doi.org/10.1080/14616680110055439>

De León, M. (2011). La gestión de festivales: de la concepción a la producción. En L. Bonet, H. Schargorodsky (Eds.). *La gestión de festivales escénicos: conceptos, miradas y debates* (pp. 101-124). Barcelona: Gescènic. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escénicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>

Del Barrio, M. J., Devesa, M., & Herrero, L. C. (2012). Evaluating intangible cultural heritage: The case of cultural festivals. *City, Culture and Society*, 3(4), 235–244. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ccs.2012.09.002>

Del Valle, R., & Calvo, J. (2013). Tourism Policy Makers and Managers as Generators of Meaningful Leisure Experiences Knowledge, Skills and Values Needed by the New Professionals. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 02(04). <https://doi.org/10.4172/2324-8807.1000126>

Delgado, A. (2016). *Tradición y patrimonio. Imágenes de permanencia y cambio en las danzas rituales onubenses* (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11441/39621>

Demarrais, K. (2004). Qualitative interview studies: learning through experience. En K. deMarrais y S. Lapan (Eds.). *Foundations for research. Methods of inquiry in education and the social sciences* (pp. 51-68). Mahwah, New Jersey: LEA. <https://doi.org/10.4324/9781410609373>

Devesa, M. (2006). *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Autor.

Devesa, M., Herrero, L., & Lara, J. (2009). Análisis económico de la demanda de un festival cultural. *Estudios de Economía Aplicada*, 27(1), 137–158. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/227452446>

Diamond, H. A., & Trimillos, R. D. (2008). Introduction: Interdisciplinary Perspectives on the Smithsonian Folklife Festival. *Journal of American Folklore*, 121(479), 3. <https://doi.org/10.2307/20487584>

Donolo, D. S. (2009). Triangulación: Procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación. *Revista Digital Universitaria*, 10(8), 1-10. Recuperado de <http://www.revista.unam.mx/vol.10/num8/art53/art53.pdf>

Duffy, M. (2005). Performing identity within a multicultural framework. *Social & Cultural Geography*, 6(5), 677–692. <https://doi.org/10.1080/14649360500258153>

Earls, Z. (1993). First night celebration: Building community through the arts. *Festival and Event Tourism*, 1(1), 32-33.

El-Shamy, H. (1997). Folk group. En Thomas Green (Ed.). *FOLKLORE: an encyclopedia of believes, customs, tales, music, and art* (pp. 318-322). New York: Garland publishing INC. Recuperado de <http://www.rhymesworld.com/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/2285284.pdf>

Elschek, O. (2001). Folklore Festivals and Their Current Typology. *The World of Music*, 43(2/3), 153–169. Recuperado de [www.jstor.org/stable/41699372](http://www.jstor.org/stable/41699372)

Endere, M., & Mariano. M. (2013). Reflexiones acerca de la protección del patrimonio intangible a nivel internacional, regional y su proyección en Argentina. *Dimensión Antropológica*, 58, 33-59. Recuperado de <http://www.dimensionantropologica.inah.gob.mx/?p=10084>

Estrada, R., & Deslauriers, J. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en trabajo social. *Margen: revista de trabajo social y ciencias sociales*, 61, 2-19. Recuperado de <http://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

EUROPEAN FESTIVALS ASSOCIATION (2002). *EFA 50th anniversary charter*.  
Recupeardo de <https://www.efa-aef.eu/>

Falassi, A. (ed). (1987). *Time Out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque: University of New Mexico Press.

Falassi, A. (1997). Festival. En Thomas Green (Ed.). *FOLKLORE: an encyclopedia of believes, customs, tales, music, and art* (pp. 295-302). New York: Garland publishing INC.  
Recuperado de <http://www.rhymesworld.com/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/2285284.pdf>

Felsenstein, D., & Fleischer, A. (2003). Local Festivals and Tourism Promotion: The Role of Public Assistance and Visitor Expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385–392. <https://doi.org/10.1177/0047287503041004007>

Ferdinand, N., & Shaw, S. J. (2012). Events in Our Changing World. En N. Ferdinand & P. Kitchin (Eds.), *Events management an international approach* (pp. 5–22). London: Sage publications. Recuperado de <https://www.academia.edu/1565698>

Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa* (2nd ed.). Madrid: Ediciones Morata, S. L.

Fonseca, J., & Ramos, R. (2014). Segmenting and Profiling Portuguese Festivalgoers through the Most Ancient Form of Music Retailing: The Music Festivals. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(4), 271–297. <https://doi.org/10.1080/15470148.2014.961668>

Formica, S. (1998). The development of festivals and special events studies. *Festival management and event tourism*. 5(3), 131-137. Recuperado de <https://www.ingentaconnect.com/content/cog/fmet/1998/00000005/00000003/art00003>



- Frey, B. S. (2000). *L'economia de l'art. Col·lecció estudis econòmics*. 18. Barcelona: La Caixa.
- García Canclini, N. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México, D.F.: Nueva Imagen. <https://doi.org/10.1525/ae.1985.12.4.02a00380>
- García Canclini, N. (2004). ¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular? *Diálogos en la acción*, 153–165. Recuperado de [https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia\\_canclini\\_-\\_de\\_que\\_estamos\\_hablando\\_cuando\\_hablamos\\_de\\_lo\\_popular.pdf](https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/garcia_canclini_-_de_que_estamos_hablando_cuando_hablamos_de_lo_popular.pdf)
- García García, J. L. (1998). De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural. *Política y sociedad*, 27, 9–20. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38819323.pdf>
- García García, J. L. (2007). Del conocimiento antropológico y de su patrimonialización. *Política y Sociedad*, 44(1), 159–173. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0707130159A/22395>
- Garlough, C. (2011). Folklore and the Potential of Acknowledgment: Representing “India” at the Minnesota Festival of Nations. *Western Folklore*, 70(1), 69–98. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/23120624>
- Getz, D. (1989). Special events. Defining the product. *Tourism Management*, 10(2), 125–137. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(89\)90053-8](https://doi.org/10.1016/0261-5177(89)90053-8)
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van Nostrand.
- Getz, D. (1998). Information sharing among festival managers. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1/2), 33-50. <https://doi.org/10.3727/106527098792186694>
- Getz, D. (2000). Marketing strategies for cultural events. *Korean Journal of Hotel Administration*, 1(2), 25-30.

Getz, D. (2002a). Event studies and event management: On becoming an academic discipline. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(1), 12-23.

Getz, D. (2002b). Why festival fails. *Event Management*, 7(4), 209-219.  
<https://doi.org/10.3727/152599502108751604>

Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism* (2a Ed.). New York: Cognizant communication corporation.

Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>

Getz, D. (2010a). “The evolution and future of event Studies”. Conferencia presentada el 15 de julio de 2010 en *el Global Congress Event IV*, Leeds.

Getz, D. (2010b). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management*, 5(1), 47. Recuperado de <http://ijemr.org/wp-content/uploads/2014/10/Getz.pdf>

Getz, D. (2011). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (Reprinted). Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.  
<https://doi.org/10.1108/00251740911004745>

Getz, D., Andersson, T., & Carlsen, J. (2010). Festival management studies: Developing a framework and priorities for comparative and cross-cultural research. *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), 29-59.  
<https://doi.org/10.1108/17852951011029298>

Getz, D., Andersson, T., & Larson, M. (2006). Festival Stakeholder Roles: Concepts and Case Studies. *Event Management*, 10(2), 103–122.  
<https://doi.org/10.3727/152599507780676689>

Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating Management Effectiveness In Community-Run Festivals. *Journal of Travel Research*, 27(1), 22–27. <https://doi.org/10.1177/004728758802700105>

Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

Getz, D., & Wicks, B. (1994). Professionalism and certification for festival and event practitioners: trends and issues. *Festival Management and Event Tourism*, 2(2), 103-109. <https://doi.org/10.3727/106527094792292078>

Gibson, C., & Connell, J. (2012). *Music festivals and regional development in Australia*. Burlington, VT: Ashgate. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.014>

Gibson, C. R., & Stewart, A. (2009). Reinventing rural places: The extent and impact of festivals in rural and regional Australia. *University of Wollongong Australia*. 1-37. Recuperado de <https://ro.uow.edu.au/sspapers/2356/>

Gibson, C., Waitt, G., Walmsley, J., & Connell, J. (2010). Cultural Festivals and Economic Development in Nonmetropolitan Australia. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3), 280–293. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354382>

Gillespie, A. (1996). Festival. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 521-525). Garland publishing INC. Recuperado de <http://1.droppdf.com/files/IIMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

Giménez Morte, C. (2012). La encrucijada del grado en danza. Algunas preguntas sobre las figuras docentes. *Artseduca*, 2, 18–27. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3948997>

Goldblatt, J. (1997). *Special events best practices in modern event management (2nd ed.)*. Van, New York: Nostrand Reinhold.

Goldblatt, J. (2000). A Future for events management: the analysis of major trends impacting the emerging profession. En J. Allen, R. Harris, L. Jago, y A. J. Veal (Eds.). *Events beyond 2000: Setting the agenda: Proceedings of conference on event evaluation, research and education, Sydney, July 2000* (pp. 2-9). Sydney: Australian Centre for Event Management. Recuperado de <https://www.uts.edu.au/sites/default/files/Eventsbeyond2000.pdf>

Goldblatt, J. (2004). *Special events. Events leadership for a new world* (4th ed.). Canada: John Wiley & Sons. Recuperado de <https://archive.org/details/specialeventseve00gold>

Goldblatt, J. (2010). *Special events: a new generation and the next frontier*. Vol. 13. New Jersey: John Wiley & sons.

Gómez, A. (2015). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso: Festival Sónar. Music, Creativity & Technology (1994-2013)* (Tesis doctoral). Universidad Camilo José Cela. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=47154>

Gómez, J. (2014). De-construir el patrimonio. En Stephen Rostein (Ed.) *Antes de Orellana: actas del 3er Encuentro Internacional de Arqueología Amazónica* (pp. 423-431). Quito: EIAA (Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación). Recuperado de <https://www.academia.edu/9856816>

Gómez Ferri, J., Grau Muñoz, A., Ingellis, A. G., & Jabbaz, M. (2012). *Técnicas cualitativas de investigación social* [Presentación]. Recuperado de [http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema\\_5\\_entrevistaenprofundidad.pdf](http://ocw.uv.es/ciencias-sociales-y-juridicas/tecnicas-cualitativas-de-investigacion-social/tema_5_entrevistaenprofundidad.pdf)

Gómez Linares, A., & Giménez Morte, C. (2015). Optimizando la adecuación de las enseñanzas superiores de danza a los protocolos de evaluación de la educación superior. *AusArt*, 3(1), 174–183. <https://doi.org/10.1387/ausart.14428>

González, S. (2016). *La salvaguardia del patrimonio inmaterial en España*. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/38177/1/T37405.pdf>

González, E., Moscoso, F., Machicado, J., Ramírez, J., Mordo, M., Morales, P., y Ortiz, W. (2012). *Medición y caracterización del impacto económico y el valor social y cultural de festivales en Colombia*. Bogotá: Universidad EAN. <https://doi.org/10.21158/9789587561777>

Gray, C.F., & Larsson, E.W. (2002). *Project Management. The Material Process*. Boston: McGraw-Hill International.

Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a Conceptual Framework for Mixed-Method Evaluation Designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11(3), 255–274. <https://doi.org/10.2307/1163620>

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994): Competing paradigms in qualitative research. In N.K. Denzin & Y S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Guijarro, A. (2008). Els festivals de música moderna i popular. En Consell Català de la Música (Ed.). *II Congrés Internacional de Música de Catalunya - Abstractes de les ponències i biografies dels ponents*. Barcelona: Consell Català de la Música.

Hall, C. M. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning*. London: Belhaven.

Harris, R. & Griffin, T. (1997). *Tourism Event Training Audit*. Sydney: Tourism New South Wales.

Harris, R. & Jago, L. (1999). Event education and training in Australia: the current state of play. *Australian Journal of Hospitality Management*, 6(1), 45-51.

Harris, R., Jago, L., Allen, J., & Huyskens, M. (2001). Towards an Australian event research agenda: First steps. *Event Management*, 6(4), 213–221.

<https://doi.org/10.3727/152599500108751372>

Harvey, D. (2012). *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*. Madrid: Akal.

Hashimoto, H. (2003). Between Preservation and Tourism: Folk Performing Arts in Contemporary Japan. *Asian Folklore Studies*, 62(2), 225–236. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/30030287>

Hauptfleisch, T. (2007). Festivals as eventifying systems. En T. Hauptfleisch, S. Lev-Aladgem, J. Martin, W. Sauter, & H. Schoenmakers (Eds.), *Festivalising! Theatrical Events, Politics and Culture* (pp. 39–47). Amsterdam: Brill | Rodopi. [https://doi.org/10.1163/9789401204538\\_006](https://doi.org/10.1163/9789401204538_006)

Heilbron, J., & Gray, C. (1993). *The Economics of Art and Culture: An American Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

Heras, G. (2011). La compleja tarea de dirección de un festival de artes escénicas. En L. Bonet., y H. Schardorodsky (Eds.). *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas, debates* (pp. 89-100). Barcelona: Gescènic. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escénicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>

Hernández i Martí, G.-M. (2014). La fiesta mutante. La construcción histórica de la Feria de Julio de Valencia. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 1(61). 61-78. <https://doi.org/10.4995/cs.2014.3121>

Herrera, P., & Palau, G. (2017). *Metodologías cualitativas de investigación en ciencias sociales y humanidades*. Curso transversal, Escuela de Doctorado. Valencia: UPV.

Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Devesa, M., Bedate, A., & del Barrio, M. J. (2006). The Economic Impact of Cultural Events: A Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/0969776406058946>

Herrero, L. C., Sanz, J. Á., Bedate, A., & Barrio, M. J. (2012). Who Pays More for a Cultural Festival, Tourists or Locals? A Certainty Analysis of a Contingent Valuation Application: Analysis of a Contingent Valuation Application. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 495–512. <https://doi.org/10.1002/jtr.1860>

Herzfeld, M. (2004). *The Body Impolitic: Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*. Chicago: The university of Chicago press.

Herzfeld, M. (2010). Engagement, Gentrification, and the Neoliberal Hijacking of History. *Current Anthropology*, 51(S2), S259–S267. <https://doi.org/10.1086/653420>

Hutchinson, S. R. (2004). Survey research. En K. deMarrais y S. Lapan (Eds.). *Foundations for research. Methods of inquiry in education and the social sciences* (pp. 283-302). Mahwah, New Jersey: LEA. <https://doi.org/10.4324/9781410609373>

Ibáñez, J. (1979). *Más Allá de La Sociología. El Grupo de Discusión: Teoría y Crítica* (5ª ed.). Madrid: Siglo XXI.

ICOMOS. (1965). *Carta de Venecia*. Recuperado de [https://www.icomos.org/charters/venice\\_sp.pdf](https://www.icomos.org/charters/venice_sp.pdf)

ICOMOS. (1994). *Conferencia de Nara sobre autenticidad 1994*. Recuperado de <http://www.icomos.es/wp-content/uploads/2017/05/21.CONFERENCIADENARASOBREAUTENTICIDAD1994.pdf>

ICOMOS. (1999). *Carta de Burra*. Recuperado de [https://www.icomos.org/charters/burra1999\\_spa.pdf](https://www.icomos.org/charters/burra1999_spa.pdf)

Inkei, P. (2005). *Apoyo a festivales artísticos y culturales* (No. 21; Temas D'Art sobre Políticas para las Artes, p. 15). International Federation of Arts Councils and Culture Agencies. Recuperado de <http://media.ifacca.org/files/dart21apoyoafestivales.pdf>

Jackson, P.A. (1988). Street life: the politics of carnival. *Environment and Planning D: Society and Space*, 6(2), 213-227. <https://doi.org/10.1068/d060213>

Janiskee, R. (1991). Rural festivals in South Carolina. *Journal of Cultural Geography*, 11(2), 31–43. <https://doi.org/10.1080/08873639109478426>

Jansa, P. (2017). Culture, society and festivals: Cultural studies' Perspective of festival research. *Media Studies*, 197–207. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/323525655>

Jick, T. D. (1979). Mixing Qualitative and Quantitative Methods: Triangulation in Action. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 602-611. <https://doi.org/10.2307/2392366>

Johanson, K., Glow, H., & Kershaw, A. (2014). New modes of arts participation and the limits of cultural indicators for local government. *Poetics*, 43, 43–59. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.02.002>

Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26. <https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>

Kang, S., Kim, K., Ryan, C., & Park, S. (2014). What Makes People Travel to Cultural Heritage Festival? *International Journal of Tourism Sciences*, 14(3), 70–88. <https://doi.org/10.1080/15980634.2014.11434700>

Karlsen, S., & Brändström, S. (2008). Exploring the music festival as a music educational project. *International Journal of Music Education*, 26(4), 363–373. <https://doi.org/10.1177/0255761408096077>



Khoo-Lattimore, C. S. C. (2011). The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1205–1206. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.011>

Kim, H., Borges, M. C., & Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism Management*, 27(5), 957–967. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.09.007>

Kim, S. S., Prideaux, B., & Chon, K. (2010). A comparison of results of three statistical methods to understand the determinants of festival participants' expenditures. *International Journal of Hospitality Management*, 29(2), 297–307. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.005>

Klaic, D. (2014). *Festival in Focus*. New York: Central European University Press.

Kleiber, P. (2004). Focus groups: More than a method of qualitative inquiry. En K. deMarrais y S. Lapan (Eds.). *Foundations for research. Methods of inquiry in education and the social sciences* (pp. 87-102). Mahwah, New Jersey: LEA. <https://doi.org/10.4324/9781410609373>

Klein, B. (1997). Folklore. En Thomas Green (Ed.). *FOLKLORE: an encyclopedia of beliefs, customs, tales, music, and art* (pp. 331-336). New York: Garland publishing INC. Recuperado de <http://www.rhymesworld.com/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/2285284.pdf>

Krueger, R.A. (1991). *El Grupo de Discusión: Guía Práctica Para La Investigación Aplicada*. Madrid: Pirámide.

Kruger, M. (2010). *A critical evaluation of market segmentation at National Arts Festivals in South Africa* (Tesis doctoral). North-West University. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/b24a/8fc0c309170e0ef59ba42ecacc5c17a063ad.pdf>

Kruger, M., & Saayman, M. (2017). Are you willing to pay more for the arts? *Journal of Economic and Financial Sciences*, 9(2), 392–408. <https://doi.org/10.4102/jef.v9i2.48>

Kurin, R. (2004). La salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial en la convención de la UNESCO de 2003: Una valoración crítica. En UNESCO, *Patrimonio inmaterial. museum international 221-22* (pp. 68-81). UNESCO. Recuperado de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852_spa)

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Madrid: Morata.

Lacarrière, M. (2008). ¿Es necesario gestionar el patrimonio inmaterial? Notas y reflexiones para repensar las estrategias políticas y de gestión. *Boletín GC: Gestión cultural*, 17, 26. Recuperado de <http://www.gestioncultural.org/boletin/2008/bgc17-MLacarieu.pdf>

Larson, P. D. (2005). A note on mail surveys and response rates in logistics research. *Journal of Business Logistics*, 26(2), 211–222. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2005.tb00212.x>

Larson, B., Harris, O., & Tandeter, E. (eds) (1995). *Ethnicity, Markets, and Migration in the Andes: At the Crossroads of History and Anthropology*. Durham: Duke University Press. <https://dx.doi.org/10.1525/ae.1998.25.4.755>

Larson, M., & Wikström, E. (2001). Organizing Events: Managing Conflict and Consensus in a Political Market Square. *Event Management*, 7(1), 51–65. <https://doi.org/10.3727/152599501108751470>

Lee, C.-K., Lee, Y.-K., & Wicks, B. E. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61–70. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00060-8](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00060-8)

Leech, N. L., & Onwuegbuzie, A. J. (2009). A typology of mixed methods research designs. *Quality & Quantity: International Journal of Methodology*, 43(2), 265–275. <https://doi.org/10.1007/s11135-007-9105-3>

Li, X., & Petrick, J. F. (2005). A Review of Festival and Event Motivation Studies. *Event Management*, 9(4), 239–245. <https://doi.org/10.3727/152599506776771526>

Long, P., & Robinson, M. (2004). *Festivals and Tourism: Marketing, Management and Evaluation*. Sunderland: Business Education Publishers.

Lloyd, T., & Sommers, L. K. (1997). The Anatomy of a Folk Festival: “Michigan on the Mall.” *The Journal of American Folklore*, 110(436), 216. <https://doi.org/10.2307/541818>

López-Bonilla, J. M., López-Bonilla, L. M., & Sanz-Altamira, B. (2010). Designated Public Festivals of Interest to Tourists. *European Planning Studies*, 18(3), 435–447. <https://doi.org/10.1080/09654310903497728>

Lopez-Fernandez, O., & Molina-Azorin, J. F. (2011). The use of mixed methods research in interdisciplinary educational journals. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 5(2), 269–283. <https://doi.org/10.5172/mra.2011.5.2.269>

Lyck, L. (2012). Festival Management in Times of Recession. En L. Lyck, P. Long, & A. X. Grige (Eds.). *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis* (pp. 9-22). Frederiksberg: Copenhagen Business School Press.

Ma, L., & Lew, A. A. (2012). Historical and geographical context in festival tourism development. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 13–31. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2011.611595>

Manfreda, K. L., Bosnjak, M., Berzelak, J., Haas, I., & Vehovar, V. (2008). Web Surveys versus other Survey Modes: A Meta-Analysis Comparing Response Rates. *International Journal of Market Research*, 50(1), 79–104. <https://doi.org/10.1177/147078530805000107>

Marcos, Oriol. (Productor), & Alvira, J. (Director). (2016). *La fiesta, una necesidad vital* [Documental para TV]. España: Setmagic audiovisual.

Martínez del Fresno, B. (2000). Historiar la danza y/o coreografiar la historia. Objetivos y problemas metodológicos de la investigación. En *I Jornadas de Danza e Investigación*: Murcia, 17, 18 y 19 de Diciembre de 1999. Barcelona: Los Libros de Danza pp. 11-24.

McClinchey, K. A. (2008). Urban ethnic festivals, neighborhoods, and the multiple realities of marketing place. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25(3-4), 251- 264. <https://doi.org/10.1080/10548400802508309>

McCracken, G. (1991). *The long interview*. Newbury park: Sage publications.

McDonnell, I., Allen, J., & O'Toole, W. (1999). *Festival and special event management*. Milton: Wiley.

McKercher, B., Mei, W., & Tse, T. (2006). Are short duration festivals tourist attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 55-66. <https://doi.org/10.1080/09669580608668591>

Mendoza, Z. S. (1998). Defining Folklore: Mestizo and Indigenous Identities on the Move. *Bulletin of Latin American Research*, 17(2), 165–183. <https://doi.org/10.1111/j.1470-9856.1998.tb00170.x>

Monés i Mestre, N. (1999). Investigar la danza en la Europa de la globalización. La necesidad de academizar la danza como materia independiente dentro de las artes escénicas.

En *I Jornadas de Danza e Investigación*: Murcia, 17, 18 y 19 de Diciembre de 1999.

Barcelona: Los Libros de Danza, pp. 7-10.

Moreno, I. (1999). El patrimonio cultural como capital simbólico. Valorización/ usos.

En *Anuario etnológico de Andalucía 1995-1997*. pp. 325-330. Sevilla: Consejería de cultura.

Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5(4), 305–313. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rlp.5100034>

Morgan, M. (2008). What makes a Good Festival? Understanding the Event Experience. *Event Management*, 12(2), 81–93. <https://doi.org/10.3727/152599509787992562>

Morrow, G. (2018). *Artist management. Agility in the creative and cultural industries*. Abingdon: Routledge

Morse, J. M. (1991). Approaches to Qualitative-Quantitative Methodological Triangulation: *Nursing Research*, 40(2), 120–123. <https://doi.org/10.1097/00006199-199103000-00014>

Mouffakir, O., & Pernecky, T. (Eds.). (2015). *Ideological, social and cultural aspects of events*. Boston, MA: CABI.

Munjeri, D. (2004). Patrimonio material e inmaterial: de la diferencia a la convergencia. En UNESCO, *Patrimonio inmaterial. museum international 221-22* (pp. 13-21). UNESCO. Recuperado de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135852_spa)

Murphy, P. E., & Carmichael, B. A. (1991). Assessing The Tourism Benefits Of An Open Access Sports Tournament: The 1989 B.C. Winter Games. *Journal of Travel Research*, 29(3), 32–36. <https://doi.org/10.1177/004728759102900305>

Nájera-Ramírez, O. (1999). Of Fieldwork, Folklore, and Festival: Personal Encounters. *The Journal of American Folklore*, 112(444), 183-199.  
<https://doi.org/10.2307/541948>

Négrier, E. (2011). La festivalización de la cultura: una dialéctica de los cambios de paradigma. En L. Bonet., y H. Schardorodsky (Eds.). *La gestión de festivales escénicos. Conceptos, miradas, debates* (pp. 17-32). Barcelona: Gescènic. Recuperado de <http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escénicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>  
<http://www.ub.edu/cultural/wp-content/uploads/2018/10/La-gestion-de-festivales-escénicos-conceptos-miradas-y-debates.pdf>

Négrier, E., Bonet, L., & Guérin, M. (2013). *Music Festivals, a Changing World*. Éditions Michel De Maule. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/303565760>

Onwuegbuzie, A. J., Johnson, R.B., & Collins, K. M. (2011). Assessing legitimation in mixed research: a new framework. *Quality and Quantity*, 45(6), 1253-1271.  
<https://doi.org/10.1007/s11135-009-9289-9>

Ortega, C., & Izaguirre, M. (Eds.). (2010). *Los eventos: funciones y tendencias*. Documentos de Estudios de Ocio, 39. Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de [http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio39.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf)

O'Toole, W., & Mikolaitis, P.J. (2002). *Corporate Event Project Management*. Nueva York: Wiley.

Page, S., & Connell, J. (2012). *The Routledge Handbook of Events*. Abingdon: Routledge.

Paleo, I., & Wijnberg, N. (2006). Classification of Popular Music Festivals: A Typology of Festivals and an Inquiry into Their Role in the Construction of Music Genres. *International Journal of Arts Management*, 8(2), 50-61. Recuperado de [www.jstor.org/stable/41064930](http://www.jstor.org/stable/41064930)

Palmer, R., & Richards, G. (2009). *European Cultural Capital Report 2*. ATLAS, Arnhem, Netherlands: Association for Tourism and Leisure Education. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/241856585>

Palumbo, B. (2010). Sistemi tassonomici dell'immaginario globale. Prime ipotesi di ricerca a partire dal caso Unesco. *Meridiana*, 68, 37-72.

Pardy, S. G. (1991). *A study of the role of community festivals and events in community development* (Tesis de maestría sin publicar). USA: Acadia University.

Pearle. (2018). *Cultural heritage in the live performance sector*. Pearle live performance Europe. Recuperado de <https://www.pearle.eu/download/PUBLICATIONS/e59586c02385a96b20460be0de2c14ab/fd7eda1aa45002415dd3acda6da31751>

Pérez-Gálvez, J., López-Guzmán, T., Gomez-Casero, G., & Fruet Cardozo, J. (2017). Segmentation of the spectators attending a festival based on musical preferences. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(3), 346-360. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-03-2017-0021>

Pérez, L. (2016). *Impactos turísticos-económico y socio-culturales de los festivales musicales en la comunidad valenciana* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10045/55789>

Pérez Serrano, G. (2000). *Investigación cualitativa: retos e interrogantes*. Madrid: Muralla.

Perry, M., Foley, P., & Rumpf, P. (1996). Event management: an emerging challenge in Australian education. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3-4), 85-93.

<https://doi.org/10.3727/106527096792195326>

Pitts, S. (2004). Everybody wants to be Pavarotti: The experience of music for performers and audience at a Gilbert and Sullivan Festival. *Journal of the Royal Musical Association*, 129(1), 143-160. <https://doi.org/10.1093/jrma/129.1.143>

Pitts, S. (2005). What makes an audience? Investigating the roles and experiences of listeners at a chamber music festival. *Music and Letters*, 86(2), 257-269.

<https://doi.org/10.1093/ml/gci035>

Pizano, O., Zuleta, L., Jaramillo, L., & Rey, G. (2004). *La fiesta, la otra cara del patrimonio. Valoración de su impacto económico, cultural y social*. Colombia: Convenio Andres Bello. Recuperado de

<http://186.116.11.66/suimweb/ARCHIVOS/ECONOMIA/OTROS%20ESTUDIOS%20ECONÓMICOS/COL%20-%20LA%20FIESTA.%20LA%20OTRA%20CARA%20DEL%20PATRIMONIO.%20VALORACIÓN%20DE%20SU%20IMPACTO%20ECONÓMICO,%20CULTURAL%20Y%20SOCIAL.PDF>

Porto, L., & Ruiz, J. (2014). Los grupos de discusión. En K. Sáenz & G. Támez (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas* (pp. 253–273). Mexico D.F: Tirant Humanidades. Recuperado de

<https://eprints.ucm.es/49454/1/2014%20grupos%20discusion%20-%20Porto%20Ruiz%20San%20Roman.pdf>

Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7–30. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00034-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00034-8)



Pretorius, S.C., Viviers, P. y Botha, K. (2014). Is it still about the arts? The perceived contribution of KKNK to the arts. *South African Theatre Journal*, 27(3), 159-182.

<https://doi.org/10.1080/10137548.2014.910964>

Quigley, C. (1998). Dance folk. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 403-412). Garland publishing INC. Recuperado de

<http://1.droppdf.com/files/ILMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

Quinn, B. (2006). Problematising ‘Festival Tourism’: Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(3), 288–306.

<https://doi.org/10.1080/09669580608669060>

Quinn, B. (2009). Festivals, Events, and Tourism. En *The SAGE Handbook of Tourism Studies* (pp. 483–504). Dublin: SAGE Publications Ltd.

<https://doi.org/10.4135/9780857021076.n27>

Quinn, B. (2010). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(3), 264–279.

<https://doi.org/10.1080/19407963.2010.512207>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2014). *Diccionario de la lengua española*. [Consulta: Diciembre 26 2016]. Disponible en: <http://dle.rae.es/?id=Houfp6X>

Reichardt, C. S., & Cook, T. D. (1982). Más allá de «los métodos cualitativos versus los cuantitativos». *Estudios de Psicología*, 3(11), 40–55.

<https://doi.org/10.1080/02109395.1982.10821318>

Renwick, R. (1998). Folksong. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 607-612). Garland publishing INC. Recuperado de

<http://1.droppdf.com/files/ILMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

- Richards, G. (1996a). *Cultural tourism in Europe*. Wallingford, UK: CABI.  
Recuperado de [http://www.tram-research.com/cultural\\_tourism\\_in\\_europe.PDF](http://www.tram-research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF)
- Richards, G. (1996b). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261–283. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00063-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00063-1)
- Richards, G. (Ed.). (2001). *Cultural attractions and European tourism*. CABI Pub.  
Recuperado de <https://epdf.pub/cultural-attractions-and-european-tourism.html>
- Richards, G. (2002). "Heritage, tourists and communities: Towards a sustainable relationship?" Trabajo presentado el 13 de septiembre de 2002 en la conferencia *Heritage, New Technologies, and Local Development*. Ghent, Netherlands: Ename Center for Public Archaeology. Recuperado de <https://www.academia.edu/33465418/>
- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism? En *Erfgoed voor Toerisme*. National contact Monumenten. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/324031354>
- Richards, G. (2008). Culture and Authenticity in a Traditional Event: The Views of Producers, Residents, and Visitors in Barcelona. *Event Management*, 11, 33–44. <https://doi.org/10.3727/152599508783943228>
- Richards, G. (2018). Heritage tourism: Benefit or liability for cities? Are cities with a long history now suffering a quick death at the hands of tourism? *Cartaditalia: Rivista di cultura italiana contemporanea, 2018(Edizione speciale: 2018 Anno europeo del patrimonio culturale)*, 2, 395–415. Recuperado de <https://www.academia.edu/33465418/>
- Richards, G., & Palmer, R. (2007). *European Cultural Capital Report*. ATLAS, Arnhem, Netherlands: Association for Tourism and Leisure Education.
- Richards, G., & Palmer, R. (2010). *Eventful cities. Cultural management and urban revitalisation*. Oxford: Elsevier.

- Richards, G., & Ruíz, A. (2017). Experiencias turísticas de festivales y eventos. *PASOS, revista de turismo y patrimonio cultural*.  
[http://www.pasosonline.org/images/colecciones-pdfs/Edita/PSEdita\\_17.pdf](http://www.pasosonline.org/images/colecciones-pdfs/Edita/PSEdita_17.pdf)
- Robinson, A., & Noel, J. (1991). Research need for festivals: A management perspective. *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), 78-88.
- Rodzi, N., Zaki, S., & Subli, S. (2013). Between Tourism and Intangible Cultural Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 85, 411–420.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.370>
- Rolfe, H. (1992). *Arts Festivals in the U. K.* London: Policy Studies Institute.
- Ronström, O. (1997). *Dance folk*. En Thomas Green (Ed.). *FOLKLORE: an encyclopedia of believes, customs, tales, music, and art* (pp. 175-183). New York: Garland publishing INC. Recuperado de  
<http://www.rhymesworld.com/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/2285284.pdf>
- Rosenberg, N. (1997). *Folk music*. En Thomas Green (Ed.). *FOLKLORE: an encyclopedia of believes, customs, tales, music, and art* (pp. 340-343). New York: Garland publishing INC. Recuperado de  
<http://www.rhymesworld.com/sitebuildercontent/sitebuilderfiles/2285284.pdf>
- Royal, C.G., & Jago, L.K. (1998). Special event accreditation: the practioners' perspective. *Festival Management & Event Tourism*, 5(4), 221-230.  
<https://doi.org/10.3727/106527098791784402>
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* (5th ed.). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Rowe, W., & Schelling, V. (1991). *Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America*. London: Verso.

Rowley, J., & Williams, C. (2008). The impact of brand sponsorship of music festivals. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(7), 781-792.

<http://doi.org/10.1108/02634500810916717>

San Salvador, R. (2010). Ciudad, eventos y ocio. En C. Ortega y M. Izaguirre (Eds.). *Los eventos: funciones y tendencias. Documentos de Estudios de Ocio*, 39 (pp. 19-40).

Bilbao: Universidad de Deusto. Recuperado de [http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs\\_ocio/ocio39.pdf](http://www.deusto-publicaciones.es/ud/openaccess/ocio/pdfs_ocio/ocio39.pdf)

Santamarina, B. (2017). El patrimonio inmaterial en el País Valenciano: Una explosión muy tangible. *Revista Andaluza de Antropología*, 12, 117–143.

<https://doi.org/10.12795/RAA.2017.12.06>

Santos, L.F. (2008). *Patrocinio y mecenazgo. Instrumentos de Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: Ediciones Fragua.

Schöllmann, A., Perkins, H.C., & Moore, K. (2001). Rhetoric, claims making and conflict in touristic place promotion: the case of central Christchurch, New Zealand. *Tourism Geographies*, 3(3), 300-325. <https://doi.org/10.1080/14616680110055420>

Schwartz, H., & Jacobs, J. (1999). *Sociología cualitativa: método para la construcción de la realidad*. México: Trillas.

Sessa, A. (1992). *Elementi di sociología e psicología del turismo* (Ed. 7). Roma: CLITT.

Shone, A., & Parry, B. (2010). *Successful event management: a practical handbook*. (Ed. 3). Andover, UK: Cengage learning.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00039-Q](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00039-Q)

Silvers, J. R. (2004). Global Knowledge Domain Structure for Event Management. En Z, Gu (Ed.). *Conference Proceedings, Las Vegas International Hospitality and Convention Summit* (pp. 228-245). Las Vegas, Nevada: University of Nevada Las Vegas.

Silvers, J. R., Bowdin, G. A. J., O'Toole, W. J., & Nelson, K. B. (2006). Towards an International Event Management Body of Knowledge (EMBOK). *Event Management*, 9(4), 185–198. <https://doi.org/10.3727/152599506776771571>

Smith, C., & Jenner, P. (1998). The Impact of Festivals and Special Events on Tourism, Occasional Studies. En *Travel and Tourism Analyst*, 4. London: Economist Publications.

Smith, L. J. (1990). *Dictionary of Concepts in Recreation and Leisure Studies*. Westport, USA: Greenwood Press.

Smith, M. (2009). *Issues in Cultural Tourism Studies*. (Ed. 2). Abingdon: Routledge.

Smith, M. W. (1959). The Importance of Folklore Studies to Anthropology. *Folklore*, 70(1), 300–312. <https://doi.org/10.1080/0015587X.1959.9717162>

Sommers, L. K. (1996). Definitions of “Folk” and “Lore” in the Smithsonian Festival of American Folklife. *Journal of Folklore Research*, 33(3), 227–231. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/3814678>

SOUTH AUSTRALIAN TOURISM COMMISSION. (1997). *Planning special events and festivals*. Adelaide, SA: The Commission.

Staub, S. (1998). American folklore society. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 42-43). Garland publishing INC. Recuperado de <http://1.droppdf.com/files/ILMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

Straffi, E. (2014). *Los mayas de hoy y los sitios arqueológicos: interpretaciones y actividades rituales*. Quito: Abya Ayala.

Tashakkori, A., & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology. Combining qualitative and quantitative approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Tashakkori, A., & Teddlie, C. (Eds.). (2003). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Téllez, A. (2007). *La investigación antropológica*. Alicante: Editorial club universitario.

Thompson, E., Berger, M., Blomquist, G., & Allen, S. (2002). Valuing the arts: a contingent valuation approach. *Journal of Cultural Economics*, 26(2), 87-113.

<http://dx.doi.org/10.1023/A:1014426202110>

Throsby, D. (2003). Determining the value of cultural goods: how much (or how little) does contingent valuation tell us? *Journal of Cultural Economics*, 27(3/4), 275–285.

<https://doi.org/10.1023/A:1026353905772>

Timón, M. P. (2009). Frente al espejo: Lo material del Patrimonio Inmaterial. *Patrimonio cultural de España*, 62–70. Recuperado de

[http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/patrimonioculturale/n-0/capitulos/10-Frente-espejo\\_material\\_Patrimonio.pdf](http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/mc/patrimonioculturale/n-0/capitulos/10-Frente-espejo_material_Patrimonio.pdf)

Tkaczynski, A. (2013). A stakeholder approach to attendee segmentation: a case study of an Australian Christian music festival. *Event Management*, 17(3), 283-298.

<https://doi.org/10.3727/152599513X13708863377999>

Torrents, R. (2005). *Eventos de empresa. El poder la comunicación en vivo*. Barcelona: Ediciones Deusto.

Torres, S. S., & Falceri, L. (2017). Patrimonio inmaterial: Tres estudios de caso en Ecuador, Colombia y Perú. *Antropología Cuadernos de Investigación*, 18, 77-96.

<https://doi.org/10.26807/ant.v0i18.125>

Turino, T. (1997). Music in Latin America. En B, Nettl., & T, Rommen (Eds.). *Excursions in World Music* (pp. 223-250). New Jersey: Prentice Hall.

UNESCO. (1931). *Carta de Atenas*. Recuperado de [http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/guatemala/guatemala\\_carta\\_de\\_atenas\\_1931\\_spa\\_orof.pdf](http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/guatemala/guatemala_carta_de_atenas_1931_spa_orof.pdf).

UNESCO. (1954). *Convention for the Protection of Cultural Property in the Event of Armed Conflict with Regulations for the Execution of the Convention 1954*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000082464>

UNESCO. (1970). *Convención sobre las medidas que deben adoptarse para prohibir e impedir la importación, exportación y transferencia de propiedad ilícitas de bienes culturales*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000133378>

UNESCO. (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Recuperado de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

UNESCO. (1989). *Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000084696.page=242>

UNESCO. (2001). *Declaración universal sobre la diversidad cultural*. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687.page=67>

UNESCO. (2002). *Declaración de Estambul*. Recuperado de [http://www.congreso.es/docu/docum/ddocum/dosieres/sleg/legislatura\\_10/spl\\_70/pdfs/31.pdf](http://www.congreso.es/docu/docum/ddocum/dosieres/sleg/legislatura_10/spl_70/pdfs/31.pdf)

UNESCO. (2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial; 2003*. Recuperado de [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_spa)

- UNESCO. (2011a). *Los ámbitos del patrimonio cultural inmaterial*. Recuperado de <https://ich.unesco.org/doc/src/01857-ES.pdf>
- UNESCO. (2011b). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003>
- Uysal, M., Gahan, L., & Martin, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management and Event Tourism*, 1(1), 5–10. Recuperado de <https://www.researchgate.net/publication/284657765>
- Vallés, M.S. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social: reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis sociológica.
- Vallés, M.S. (2002). *Entrevistas cualitativas* (Vol. 32). Madrid: CIS.
- Van Der Wagen, L., & White, L. (2015). *Human Resource Management for the Event Industry*. Abingdon: Routledge.
- Vauclare, C. (2009). *Les événements culturels: essai de typologie*, *Culture Études* 2009-3. Paris: Département des études, de la prospective et des statistiques. Recuperado de <http://www.culture.gouv.fr/deps>
- Vecco, M. (2010). A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible. *Journal of Cultural Heritage*, 11(3), 321–324. <https://doi.org/10.1016/j.culher.2010.01.006>
- Villaseñor, I., & Zolla, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), 75–101. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/30475/28289>
- Vitez, Z. (2008). International folklore festival of Zagreb: experiences and dilemmas of applied ethnology. *Narodna Umjetnost: Croatian Journal of Ethnology and Folklore Research*, 45(1), 109–123. Recuperado de <https://hrcak.srce.hr/25496>



Wagner, Z. (2007). Feszt-teszt. En *Turizmus Panoráma*, 2007. Budapest: Hungría.

Recuperado de

<http://turizmuspanorama.turizmus.com/article.php?id=115&PHPSESSID=f31879e690c464ea e8d19a8cc59b41ff>

Walle, A. H. (1994). Theoretic vs. Applied Folklore: Apples vs. Oranges. *Western Folklore*, 53(2), 171. <https://doi.org/10.2307/1500102>.

Walo, M., Bull, A., & Breen, H. (1996). Achieving Economic Benefits at Local Events: A Case Study of a Local Sports Event. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3), 95–106. <https://doi.org/10.3727/106527096792195353>

Waterman, S. (1998). Carnivals for elites? The cultural politics of arts festivals. *Progress in Human Geography*, 22(1), 54–74. <https://doi.org/10.1191/030913298672233886>

West, P., & Carrier, J. (2004). Ecotourism and authenticity. Getting away from it all? *Current anthropology*, 45(4), 483-498. <https://doi.org/10.1086/422082>

Western, J. (1992). *A passage to England*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Williams, M., & A J Bowdin, G. (2007). Festival evaluation: An exploration of seven UK arts festivals. *Managing Leisure*, 12(2–3), 187–203. <https://doi.org/10.1080/13606710701339520>

WORLD TOURISM ORGANIZATION UNWTO. (1985). *The state's role in protecting and promoting culture as a factor in tourism development and the proper use and exploitation of the national cultural heritage of sites and monuments for tourists*. Madrid: World Tourism Organization.

Wright, S. (1992). Heritage and critical history in the reinvention of mining festivals in North East England. En J, Boissevain (Ed.) *Revitalizing European rituals* (pp. 20-42). London: Routledge.

Yin, R.K. (2003). Case study research: designs and methods (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Yolal, M., Woo, E., Cetinel, F., & Uysal, M. (2012). Comparative research of motivations across different festival products. *International Journal of Event and Festival Management*, 3(1), 66–80. <https://doi.org/10.1108/17582951211210942>

Zoltán, J. (2010). La investigación acerca de los festivales. *Boletín GC: Gestión cultural*, 19, 7. Recuperado de <http://www.gestioncultural.org/boletin/files/bgc19-JZSzabo.pdf>

Zumwalt, R. (1998). Anthropological approach. En Jan Brunvand (Ed.). *American folklife: an encyclopedia* (pp. 65-66). New York: Garland publishing INC. Recuperado de <http://1.droppdf.com/files/ILMsW/encyclopedia-of-american-folklore.pdf>

## ANEXOS

**ANEXO 1: CUESTIONARIO ORGANIZACIÓN DE FESTIVALES DE FOLKLORE**



## Cuestionario: Organización de Festivales de folklore

Estimado señor./a.,

Este cuestionario es parte de un estudio de investigación llevado a cabo por el estudiante de doctorado Javier Gómez Chavarro, respaldado por el departamento de comunicación audiovisual, documentación e historia del arte de la Universitat Politècnica de València.

El objetivo de este cuestionario es comprender el perfil que es requerido para gestionar un festival de folklore, conociendo las necesidades de gestión y en relación a objetivos de salvaguardia de patrimonio cultural inmaterial con el fin de hacer que estas organizaciones sean cada vez más profesionales, mejorar su desarrollo y aumentar la sensibilización de la sociedad hacia el patrimonio cultural inmaterial.

Por esta razón, su participación en este cuestionario es de bastante ayuda para nosotros y agradecemos de antemano su colaboración. Recuerde que no existen preguntas acertadas o equivocadas; cada respuesta solo refleja la opinión que más se adapte a las circunstancias de cada director.

La información recogida es privada, su uso es confidencial y los resultados serán tratados de forma anónima y solo para propósitos académicos y de investigación.

Cuestionario Nr:

## I. Gestión de festivales de folklore

### 1. Gestión del festival

- a. Por favor **clasifique** las siguientes **actividades** de 1 a 5 de acuerdo con que tanto tiempo cree usted que dedica para su festival:

**Recuerde: 5 = más tiempo y 1 = menos tiempo**

	Nr.
Selección y uso de espacios	
Apropiación y transmisión de valor a la diversidad cultural	
Selección de artistas	
Entender disposiciones y normas de cada grupo	
Gestión de recursos: económicos y humanos	
Horarios y duración de las actuaciones	
Segmentación de publico	
Gestión de actividades de la programación: conciertos, actividades paralelas	
Promover y programar actividades de integración cultural en los grupos	
Conocimiento y difusión del Patrimonio Cultural Inmaterial de cada grupo participante	

- b. Por favor **clasifique** los siguientes **ítems** de 1 a 5 de acuerdo con que tan influyentes cree usted que son al momento de escoger artistas para su festival:

**Recuerde: 5 = más importante y 1 = menos importante**

	Nr.
Adornos, decorados, accesorios	
Armonía entre baile y música	
Colorido	
Trayectoria del grupo	
Calidad Estética	
Baile y música autóctonos	
Valor patrimonial	
Instrumentos musicales autóctonos	
Origen	
Vestuario típico	

## 2. Gestor: conocimientos competencias y valores

- c. Por favor **clasifique** los siguientes **conocimientos** de acuerdo con la siguiente escala conforme a que tan importante cree usted que son para la gestión de su festival:

**1: nada importante      2: poco importante      3: Normal**  
**4: algo importante      5: muy importante**

Conocimientos artísticos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Gestión de recursos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Trabajo colaborativo y creación de redes:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Gestión del tiempo, espacios y actividades:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Análisis de impactos:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Estrategia y planificación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Políticas culturales y directrices UNESCO:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Significación cultural de las representaciones artísticas:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Conocimiento de la diversidad cultural en el patrimonio inmaterial:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Normativa, legislación, contratación y propiedad intelectual:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---



d. Por favor **clasifique** las siguientes **competencias** de acuerdo con la siguiente escala conforme a que tan importante cree usted que son para la gestión de su festival:

**1: nada importante      2: poco importante      3: Normal**  
**4: algo importante      5: muy importante**

Planificación y organización:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Toma de decisiones:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Aprendizaje continuo de la herencia cultural (Patrimonio):

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Diseño y coordinación de la programación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Comprensión de las dimensiones interculturales y sociales:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Capacidad de análisis y razonamiento crítico:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Aplicación de los conocimientos a la práctica:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Respeto a la diversidad cultural:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Lingüística:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Empatía y comunicación interpersonal:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

e. Por favor **clasifique** los siguientes **valores** de acuerdo con la siguiente escala conforme a que tan importante cree usted que son para la gestión de su festival:

**1: nada importante      2: poco importante      3: Normal**  
**4: algo importante      5: muy importante**

Religiosidad y misticismo:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Eficiencia:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Compromiso:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Responsabilidad:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Identidad nacional:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Belleza:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Eficacia y productividad:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Acogida y hospitalidad:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sentido del orden y disciplina:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Tradición:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

### 3. Tecnología e internet

- f. Por favor **Indique** con una “X” si realiza alguna o varias de las actividades indicadas.

Actividad	
Informar novedades (Horarios, line up)	<input type="checkbox"/>
Ofrecer promociones y descuentos	<input type="checkbox"/>
Facilitar la colaboración del público en el diseño del festival (Cartel, espacios...)	<input type="checkbox"/>
Fomentar y dar a conocer al público los valores culturales de los pueblos representados en el festival	<input type="checkbox"/>
Ofrecer retransmisión por streaming	<input type="checkbox"/>
Notificar actividades durante la celebración del festival	<input type="checkbox"/>
Posibilidad de compartir actividades y opiniones en tiempo real entre usuarios a través de fotos, videos, Hashtags,...	<input type="checkbox"/>
Posibilidad de personalización a usuarios (crear agendas, rutas...)	<input type="checkbox"/>
Publicar material multimedia de lo que ha sido el festival este año y/o anteriores	<input type="checkbox"/>
Realizar encuestas de satisfacción	<input type="checkbox"/>

g. para la(s) actividades indicadas anteriormente usted:

i. que paquete(s) informático(s) maneja:

- Microsoft office
- iWork
- Suite Adobe
- Open office
- Google drive
- Aplicación móvil (¿Cual?): \_\_\_\_\_
- Ninguno
- Otros (¿Cual?): \_\_\_\_\_

ii. Cual(es) de las siguientes redes usa para realizar estas actividades:

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- Whatasapp
- Wechat
- Aplicación móvil (¿Cual?): \_\_\_\_\_
- Ninguno
- Otros (¿Cual?): \_\_\_\_\_

iii. Cual(es) herramientas de internet utiliza para realizar estas actividades:

- Página web
- Blogs
- Adwords
- Formularios web
- Aplicación móvil (¿Cual?): \_\_\_\_\_
- Ninguno
- Otros (¿Cual?): \_\_\_\_\_

## 4. Recursos, viabilidad e impactos

- h. Por favor **clasifique** los siguientes **Recursos** de 1 a 5 de acuerdo con que tan importante cree usted que son para la gestión de su festival:

**Recuerde: 5 = más importante y 1 = menos importante**

	Nr.
Infraestructura y equipamientos apropiados	
Opción de formalizar workshops, seminarios...de Patrimonio con presencia de expertos durante el festival	
Espacios adecuados	
Arte autóctono y único	
Presupuesto y financiación suficiente	
Ubicación en el calendario, duración y horarios de la programación adecuados	
Diversidad de músicas y bailes	
Dar a conocer el Patrimonio Cultural local de la región donde se realiza el festival	
Número de trabajadores suficiente y competente para la actividad	
Posibilidad de contar con ayudas externas de instituciones, ONG...en referencia al Patrimonio cultural inmaterial	

- i. Por favor **clasifique** los siguientes **Impactos** de acuerdo con la siguiente escala acorde a lo que cree genera su festival

**1: totalmente en desacuerdo      2: En desacuerdo**  
**3: Ni en acuerdo ni en desacuerdo      4: de acuerdo**  
**5: Totalmente de acuerdo**

Dialogo intercultural:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Calidad artística:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Viabilidad económica:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sostenibilidad medioambiental:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Interés político:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Participación:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Difusión del patrimonio cultural inmaterial:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Turismo cultural:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Cohesión social:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Creación de empleo:

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

## II. Información socio demográfica

### 1. Información sobre el festival

Nombre del festival:	
País:	
Web:	
Tipo:	<input type="checkbox"/> Exhibición <input type="checkbox"/> Concurso <input type="checkbox"/> Mixto <input type="checkbox"/> Otro (¿Cual?) _____
Titularidad:	<input type="checkbox"/> Pública <input type="checkbox"/> Privada lucrativa <input type="checkbox"/> Privada sin ánimo de lucro <input type="checkbox"/> Mixta (¿Porcentajes?) _____ <input type="checkbox"/> Otro (¿Cual?) _____
Modelo financiero:	<input type="checkbox"/> Beneficios directos (público) <input type="checkbox"/> Beneficiarios particulares indirectos (Patrocinio y mecenazgo) <input type="checkbox"/> Mayormente pagado por administración pública. <input type="checkbox"/> Otro (¿Cual?) _____

## 2. Información sobre el director

Edad:	<input type="checkbox"/> < 25 <input type="checkbox"/> 25 – 35 <input type="checkbox"/> 36 – 50 <input type="checkbox"/> 51 – 65 <input type="checkbox"/> > 65														
Cargo:															
Tiempo en el cargo:	<input type="checkbox"/> < 2 años <input type="checkbox"/> 2 – 5 años <input type="checkbox"/> 5 – 8 años <input type="checkbox"/> > 8 años														
Nivel educativo	<input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Educación no formal <input type="checkbox"/> Universitario <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> PhD <input type="checkbox"/> Otro (¿Cual?) _____														
Campo de estudio	<table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Artes</td> <td><input type="checkbox"/> Humanidades</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ciencias naturales</td> <td><input type="checkbox"/> Ciencias experimentales</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Derecho</td> <td><input type="checkbox"/> Tecnología</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ciencias sociales</td> <td><input type="checkbox"/> Economía</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ingeniería</td> <td><input type="checkbox"/> Administración</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Comunicación</td> <td><input type="checkbox"/> Arquitectura</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Salud</td> <td><input type="checkbox"/> Otro (¿cual?) _____</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Artes	<input type="checkbox"/> Humanidades	<input type="checkbox"/> Ciencias naturales	<input type="checkbox"/> Ciencias experimentales	<input type="checkbox"/> Derecho	<input type="checkbox"/> Tecnología	<input type="checkbox"/> Ciencias sociales	<input type="checkbox"/> Economía	<input type="checkbox"/> Ingeniería	<input type="checkbox"/> Administración	<input type="checkbox"/> Comunicación	<input type="checkbox"/> Arquitectura	<input type="checkbox"/> Salud	<input type="checkbox"/> Otro (¿cual?) _____
<input type="checkbox"/> Artes	<input type="checkbox"/> Humanidades														
<input type="checkbox"/> Ciencias naturales	<input type="checkbox"/> Ciencias experimentales														
<input type="checkbox"/> Derecho	<input type="checkbox"/> Tecnología														
<input type="checkbox"/> Ciencias sociales	<input type="checkbox"/> Economía														
<input type="checkbox"/> Ingeniería	<input type="checkbox"/> Administración														
<input type="checkbox"/> Comunicación	<input type="checkbox"/> Arquitectura														
<input type="checkbox"/> Salud	<input type="checkbox"/> Otro (¿cual?) _____														

### ¡Muchas gracias! por responder a este cuestionario

Si desea recibir los resultados de este estudio de investigación, rellene el siguiente cuadro:

Nombre completo	
Email	



**ANEXO 2: GUION DE ENTREVISTAS DIRECTORES DE FESTIVALES**

## **GUION DE ENTREVISTAS DIRECTORES DE FESTIVALES DE**

### **FOLKLORE**

#### Introducción

#### Aceptación de derechos

#### Gestión:

- ¿Cómo fueron tus inicios en el mundo de la música y el folklore?
- ¿Cómo llegaste a IOV y cuales fueron tus inicios en esta organización?
- ¿Cómo ha sido esa evolución?
- ¿qué elementos consideras claves para la gestión de una organización que impulsa el patrimonio cultural inmaterial como IOV?
  - alguna que puedas decir que te lleva al fracaso o la victoria?
- ¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras como directivo de IOV?
  - ¿qué aspecto es el más difícil de gestionar?
  - ¿Cómo piensas se puede evitar o corregir?
- ¿Qué tanto grado de profesionalidad crees que es la industria de la cultura tendiente a la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial en Europa?
  - ¿Cómo te impacta a ti?
  - ¿Existen diferencias entre Europa y otras partes? *America, Africa, Asia, UK...*

#### Gestor:

- ¿cuáles consideras que son los principales retos (*presentes y futuros*) para los gestores de este tipo de entidades como IOV?
- ¿Qué competencias (*Conocimientos, habilidades y valores*) consideras importantes para un gestor de IOV?
- ¿Cómo has aprendido a desarrollar tu rol como gestor dentro de IOV?
- ¿Cómo piensas que se puede preparar la gente para asumir este cargo en un futuro?
  - ¿qué tipo de estudio o experiencia será necesario?
  - ¿en qué sería basado? (*Conocimientos, habilidades y valores*)

#### Tecnología e internet:

- ¿Cómo ha influenciado el cambio tecnológico y el internet en tus actividades como gestor en IOV?
  - ¿Cuáles han sido los grandes cambios para ti?
  - ¿Cuál es el nivel de uso que le das a internet para promover las actividades de IOV?

- ¿ha cambiado esta forma dentro de tu trayectoria?
- ¿Cuál crees que será la tendencia en el futuro? para festivales y actividades de IOV  
Recursos, viabilidad e impactos:
- ¿Qué crees que necesitan los festivales de folklore adscritos a IOV para ser viables a largo plazo? (*Acuerdos, colaboraciones, apoyo privado...*)
- ¿Cuáles son los recursos más difíciles de obtener?
- ¿Cuáles crees que son los beneficios de los festivales de folklore?... *impactos...*  
Artistas
- ¿Cuáles crees que son las características principales que un artista debe tener para participar en un festival de IOV?
- ¿Qué elementos artísticos consideras importantes?
- ¿Cómo determinas la calidad de un grupo para participar en un festival de IOV?
- ¿Cuáles son los elementos visuales que consideras claves para un grupo?
- ¿Qué herramientas usas para la comunicación con los diferentes grupos?
- ¿Qué tan difícil o fácil consideras la gestión de un grupo para participar en un festival de IOV? ¿Nos puedes hablar de tu experiencia como miembro de algún grupo?

Agradecimientos

Despedida

**ANEXO 3: GUION DE GRUPOS DE DISCUSION**

## **GUIÓN DE GRUPOS DE DISCUSIÓN**

Introducción

Aceptación de derechos

- ¿Actividades de gestión y grado de profesionalidad necesarios para gestionar un festival de folklore?
- ¿Influencia del cambio tecnológico en la gestión del festival?
- ¿Renovación en la gestión del festival?
- ¿Cuáles han sido y serán las habilidades, conocimientos y valores necesarios para gestionar un festival?
- ¿Recursos importantes para la gestión del festival?
- ¿Principales aportaciones que genera el festival para la comunidad y para los artistas participantes?
- ¿Elementos importantes para seleccionar los grupos participantes del festival?

Agradecimientos

Despedida

**ANEXO 4: GUIÓN DE ENTREVISTAS ARTISTAS PARTICIPANTES**

## **GUION DE ENTREVISTAS ARTISTAS PARTICIPANTES DE FESTIVALES DE FOLKLORE**

### Introducción

Aceptación de derechos

### Creación:

- Inicios en el mundo del folklore
- ¿Como llegas a un festival?
- ¿Elementos importantes para la creación artística al momento de participar en un festival de folklore?

### Entorno:

- ¿Origen, edad, estudios influyentes para difundir su folklore a través de estos festivales?
- ¿Estudios académicos en danza / música?

### Tecnología e internet:

- ¿Cómo ha influido el cambio tecnológico y el internet en las actividades del grupo y como artistas participantes?, han sido positivos los cambios, y nivel de uso de las herramientas tecnológicas

### Titularidad y modelo financiero:

- ¿Qué clase de titularidad posee el grupo?
- ¿Como se financia?

- ¿Cuenta con ayudas económicas públicas?
- ¿Qué tan difícil es conseguir los recursos para participar en el festival?

Agradecimientos

Despedida